

Tartu Ülikooli Avatud Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

Kohalike valimiste representatsioon päevalehtedes New Yorgi ja Tallinna näitel

Bakalaureusetöö (4AP)
Katre Pilvinski

Juhendaja magister Mart Raudsaar

Tallinn 2006

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad.....	7
1.1 Amerikaniseerumine.....	7
1.2 Representatsioon.....	9
1.3 USA ja Eesti kohalike valimiste valimissüsteemist.....	12
1.3.1 USA kohalike valimiste valimisseadus.....	12
1.3.2 Eesti kohalike valimiste valimisseadus.....	13
1.4 Kohalikud valimised New Yorgis aastal 2001.....	13
1.5 Kohalikud valimised Tallinnas aastal 2005.....	14
2. Uurimismeetod ja valim.....	17
2.1 Uurimismaterjal ja metoodika.....	17
2.2 Vaatluselused ajalehed.....	20
2.2.1 New York Times.....	21
2.2.2 nytimes.com.....	22
2.2.3 New York Timesi lugejad.....	23
2.2.4 Eesti Päevaleht.....	24
2.2.5 epl.ee.....	26
2.2.6 Eesti Päevalehe lugejad.....	27
2.3 Päevalehtede NYT ja EPL paberkandja ja <i>online</i> väljaande võrdlus.....	28
2.4 Kategooriate süsteem ja kodeerimisjuhend.....	29
3. Uurimistulemused.....	32
3.1 Artiklite autorid.....	32
3.2 Artiklite allikad.....	35
3.3 Artiklite maht	37
3.4 Sündmuste valik ja presentatsioon.....	38
3.5 Põhitegelased, kas nad on kõneisikud ehk <i>voicing</i> – kelle hääl kõneleb.....	43
3.6 Kõneisikute demagoogiavõtted	47
3.7 Stiil ehk tonaalsus, kuidas fookusisikust räägitakse.....	55
4. Diskussioon ja järeldused.....	59
4.1 Diskussioon.....	59
4.2 Järeldused.....	62
5. Kokkuvõte.....	65

6. Summary.....	67
7. Kasutatud kirjandus.....	70
Lisad.....	74
Lisa 1. NYT analüüsitud artiklite nimistu	
Lisa 2. EPL analüüsitud artiklite nimistu	
Lisa 3. Kohalike valimiste seadus USAs	
Lisa 4. Kohaliku omavalitsuse volikogu valimiste seadus Eestis	
Lisa 5. Kampania sissetulekud ja väljaminekud USAs (reguleerib valimisreklaami)	
Lisa 6. Reklaamiseadus Eestis	
Lisa 7. New York City linnapea valimistulemuste tabel aastal 2001	
Lisa 8. Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend	

Sissejuhatus

Töö autoril oli võimalus vaadelda 2000ndal aastal Ameerika Ühendriikides valimiseelset perioodi, kui valiti riigi president. Alates septembrikuust, aastal 2000, tungisid valimised jõuliselt tavakodanike ellu, kuna algas aktiivne valimiskampaaniate periood. Tänavatele, majadele ilmusid naeratavate kandidaatidega plakatid, ajalehed muutusid valimiskeskseteks ning sagesid TV-debatid.

Aastal 2000 valimiseelisel perioodil mõjus USAs poliitiliste kampaaniate välireklaam eriti intensiivsena. Sarnast pilti meenutas Tallinn aastal 2005 kohalike valimiste valimiseelisel perioodil. Tallinn oli kaetud kandidaatide postrite ja loosungitega ning tänavatele ilmusid skandaalimaigulised reklaamkampaaniad (K-kohuke).

Kirjeldatud sündmused ajendasid töö autorit vaatlema Eesti poliitilise kommunikatsiooni kultuurilist tausta, kas selles on viiteid amerikaniseerumisele. Kuna Eestis ja Ameerikas on kohalikud valimised paremini võrreldavad kui presidendi valimised, siis valiti kohalike valimiste vaatlusalusteks linnadeks riikide suurlinnad Tallinn ja New York.

Juhtumi analüüsis võetakse aluseks USAs New York City linnapea valimised sügisest aastal 2001. Perioodi valik võib tunduda ebasobiv poliitilise kommunikatsiooni vaatlemiseks, kuna 11. septembril sooritati linnas terroriakt, mis muutis valimiste rutiinset rütmi.

Kuna enne 11. septembrit vaadeldi New York Timesis valimiseelsete teemade kajastust pea kahe nädala jooksul, siis selgub, millises suunas liikus kohalike valimiste meediakäitumus. Katastroof mõjutas valimistega seotud tekstide ilmumist vahemikus 12.-21.09.2001, kus ei avaldatud kokku 6 päeva jooksul ühtegi valimistega seotud teksti. Kuid kuu lõpus liikus valimiste rütm ja selle meediakäitumus tavapärasesse rutiini.

Samuti soovitakse analüüsi tulemusel näha, kas ja kuidas muutis terroriakt poliitikute ja ajakirjanike käitumist.

Kuna uurimuse kaudu soovitakse tuvastada ka Eesti poliitilise kommertsialiseerumise kultuurilist tauda, kas selles on võimalik täheldada viiteid amerikaniseerumisele, siis vaadeldakse Ühendriikides varasemat (september 2001) valimiseelset perioodi.

Kahe riigi kohalike valimiste valimis-seadus on sarnane, kuna hääletamisõigus on kodanikel alates 18. eluaastast. Nii Eestis kui USAs võivad hääletada kodanikud, kellel on riigi kodakondsus. USAs toimuvad üldvalimised hiljemalt teisipäevale järgnevale esimesel esmaspäeval novembris.

Eestis toimuvad täiendavad valimised kümne päeva jooksul, alates täiendavate valimiste teate saamisest. Valimised toimuvad hiljemalt 30. päeval pärast valimiste väljakuulutamist. Volikogu täiendavate valimiste päev on pühapäev.

Bakalaureusetöö eesmärgiks on vaadelda kuidas kajastatakse kohalike valimisi ning selgitada valimiseelsete ajaleheartiklite seos valimistulemustesse Eesti (Eesti Päevaleht) ja USA (New York Times) ühe ajalehe näitel. Vaadeldakse teksti mahtu, teksti autorit, teksti allikaid, teksti tonaalsust, demagoogia kasutamist ning selgitatakse milliseid sündmusi väärtustatakse valimiseelsel perioodil suurimates päevalehtedes. Kahe riigi poliitilises kommunikatsioonis otsitakse sarnasusi ja ühiseid tendentse. Samuti püütakse selgitada kas uurimustöös analüüsitava juhtumi näitel ilmneb viiteid Eesti poliitilise kommunikatsiooni amerikaniseerumisele.

Varasemates Tartu Ülikooli uurimustöodes on Mart Raudsaar (2000) käsitlenud oma magistritöös „Political News by major Estonian Dailies” amerikaniseerumist peatükis „The appearance of Americanication in political news stories” ning Maarika Saarna-Siimann (2005) oma magistritöös “Presidendikandidaatide representatsioon 2001. aasta trükimeedias ja nende imago valijameeste hulgas”, kus peatükk „Amerikaniseerumine ja kommertsialiseerumine 2001.a. valimiskampaanias” kajastab poliitilise kommunikatsiooni amerikaniseerumist.

Uurimistöö hüpoteesid

Järgnevad töö hüpoteesid on püstitatud, et juhtumi analüüsil tuvastada, kas valimiseelsel perioodil pööratakse rohkem tähelepanu kampaania kulgemise vormile, kandidaatide isikuomadustele kui platvormile ehk kandidaatide poliitilistele seisukohtadele ja visioonile tulevase linna juhina. Hüpoteeside tulemused selgitavad, kus paikneb valimiseelse kommunikatsiooni rõhuasteus ja väärtustatus.

Töö hüpoteesid on:

- Ühendriikide valimiseelsetes meediatekstides esitatakse rohkem kandidaatide isikuomadusi kui platvormi kui Eesti valimiseelsetes meediatekstides, kirjeldades kampaania sündmusi;
- Nii Ameerika Ühendriikide kui Eestis valimiseelsetes meediatekstides esitatud enim kordi erakond ja/või kandidaat saavutas valimistel edu.

Eesti poliitilise kommunikatsiooni kommertsialiseerumist on täheldatud juba 1990. aastatel.

Vihalemm on välja toonud, et 1999. aastal oli valimiskampaania suuresti mõjutatud professionaalse avalike suhete ja reklaamiagentuuride poolt. Poliitilised debatilised parteide vahel olid disainitud poliitilise marketingi printsiipide kohaselt. Valimiste personaliseerumine, kasutades “imagot müüvat strateegiat”, eristus proportsionaalse representatsiooni põhimõtetest, mis on ehitatud valimiste seadusesse.

Samas viitab Vihalemm ka meelelahutusliku aspekti tekkimisele valimistes, kus poliitilise marketingi loogika tõukas parteisid oma nimekirjadesse populaarseid nimesid jahtima väljaspoolt poliitilikat, nagu sportlaseid, teletähti või milljonäre (Vihalemm 2002: 51).

Käesolevas uurimustöös võrreldakse Ameerika Ühendriikide ja Eesti poliitilist kommunikatsiooni, et leida selles sarnasusi ja ühiseid tendentse. Poliitilise kommunikatsiooni juured pärinevad Ameerika Ühendriikidest ning uurimuse käigus püütakse tuvastada kas Eesti poliitilises kommunikatsioonis on viiteid amerikaniseerumisele.

1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

1.1 Amerikaniseerumine

Käesoleva uurimustöö üks põhiprobleem, millele otsitakse vastust on selgitada kas Ühendriikide valimiseelsetes meediatekstides esitatakse rohkem kandidaatide isikuomadusi kui platvormi kui Eesti valimiseelsetes meediatekstides, kirjeldades kampaania sündmusi.

Kandidaatide isikuomaduste esiletoomine ja rõhutamine valimiseelsetes meediatekstides on alguse saanud Ameerika Ühendriikidest. Mart Raudsaar toob välja oma magistritöös Tom Morningi väite:

Amerikaniseerumise muustril on erinevad tuunusjooned. Üks kõige intrigeerivamatest väidetest on, et „kandidaatide valik baseerub pigem meedia isiksusel kui kirjapandud probleemidel” ning „ajakirjandus on hobuste võiduajamine ning pigem orienteeritud mängule kui poliitilisele raamistikule” (Raudsaare kaudu 2000: 21).

Samuti imagote *versus* poliitiliste teemade esitamise probleemi kirjeldavad Kaid ja Holtz-Bacha:

Kaid ja Holtz-Bacha mõistavad kohut valimiskampaaniate amerikaniseerumise üle, siis kui ameerikaliku kampaania iseloomu omadused on juured võtnud mujal. Ameerikaliku kampaania iseloomustused hõlmavad televisiooni dominatsi. „Imagod domineerivad teemade asemel”, poliitika personaliseerub ja samuti „poliitilises tegevuses osalejate professionaliseerumine meedia strateegiate arengus” (Negrine kaudu 1996: 150).

Amerikaniseerumist võrdsustatakse ka modernsete valimiskampaaniatega, mida Negrine kirjeldab järgnevalt:

Amerikaniseerumise mõistes võib näha asjakohasust, kui võetakse arvesse moodsa valimiskampaania natuuri. Kahtlusteta pöörlevad modernsed valimiskampaaniad enamuse Lääne demokraatlikes süsteemides ümber televisiooni meediumi. Teataval määral, kõik valimiskampaaniad sunnivad kandidaate suhtlema oma valijaskonnaga ning see pole üllatav, et televisiooni kasutatakse laialdaselt (Negrine 1996: 149).

Tihedat seost tänapäeva poliitika ja turunduse vahel näevad Pfetsch ja Schmitt-Beck:

Pfetsch ja Schmitt-Beck täheldavad, et valimiskampaaniat on sageli vaadeldud kui puhas marketingi probleemi ...turundusliku lähenemise rakendamine poliitilises kampaanias ... on sildistatud kui „Uus poliitika” (Negrine kaudu 1996: 150).

Samuti annab Blumer tabava selgituse reklaami domineerimises poliitilises kommunikatsioonis:

Blumleri järgi, sisaldab moodsa reklaami protsess konkureerivat võistlust, et mõjutada ja kontrollida poliitiliste sündmuste ja teemade läbi peamist massimeediat (Negrine kaudu 1996: 155).

Nagu Butler ja Ranney täheldavad, et see on poliitikute ja meedia praktika, *tehniliste innovatsioonide ja turundusliku lähenemise ekspluateerimine*, mis on muutnud valimiste välisilmet (Negrine kaudu 1996: 155).

Isiksuse omaduste rõhutamisel kerkivad valimiskampaaniates esile kandidaatidega seotud skandaalid, kus Maarika Saarna-Siimann on oma magistritöös Castellsi kaudu näinud seost eelkõige päritoluga USAst:

Castells väidab, et meedia jaoks on tavapärane kampaania igav. Seepärast püütakse päevavalgele tirida kampaaniasse otseselt mittepuutuvat eelkõige negatiivset infot, mis müüks, skandaale – lugusid eraelus kunagi astunud väärsammudest, pisidetaile, millel tegelikult ei ole poliitiku pürgimustega otsest seost.

„The most effective political weapons are negative messages. The most effective negative message is character assassination of opponents’ personalities. The politics

of scandal, in the US, in Europe, in Japan, in Latin America etc. is the predominant form of political struggle” (Saarna-Siimanni kaudu 2005: 27).

1.2 Representatsioon

Kuna käesolev uurimus vaatleb amerikaniseerumist läbi representatsiooni, siis seletatakse mõiste tähendust lahti läbi Hall'i teooria.

Representatsiooni idee on tulnud, et hõlvata uut ja tähtsat kohta kultuuri uurimuses. Representatsioon ühendab kultuuri tähendust ja keelt.

Kuid mida sellega mõeldakse?

Üks tavapärane termini kasutus on järgnev “Representatsioon tähendab keele kasutamist, et rääkida millestki tähendusrikkast, või esindada, maailma tähendusrikkalt, teistele inimestele” (Hall 1999: 15).

Lühidalt, representatsioon on tähenduse toodang läbi keele. The Shorter Oxford English Dictionary soovib kahte asjakohast tähendust sõnale:

1. midagi representeerima, on selle kirjeldamine või kujutamine, selle esile kutsumine mõistuses kirjeldades või portreerides või ettekujutades; asetades sarnasus selle ette meie mõistuses või meeltes;
2. representeerimine tähendab samuti sümboliseerimist, tähistamist, näidiseks olemist, või asendamist (Hall 1999: 16).

Hall selgitab, et kaasatud on *kaks* protsessi, kaks representatsiooni süsteemi. Esiteks on süsteem, millega igat sorti objektid, inimesed ja üritused on seoses komplekti mõistetega või *mentaalse representatsiooniga*, mida me kanname oma peades. Ilma nendeta, ei suudaks me maailma üldse tähenduslikult interpreteerida. Esiteks, tähendus sõltub kontseptsioonide ja kujutiste süsteemist, mis on vormitud meie mõtetes, mis võivad tähistada maailma või seda „esindada”, võimaldades meil nimetada asju nii sees – kui väljaspool meie päid (Hall 1999: 17).

Hall räägib, et asi võib olla, selles, et kontseptuaalne kaart, mida mina oma peas endaga kaasas kannan, on totaalselt erinev sinu omast, ning sellisel juhul sina ja mina interpreteeriksime või saaksime maailmast aru totaalselt erineval viisil. Me poleks võimelised jagama oma mõtteid või väljendama ideid maailmast üksteisele. Ning tegelikult, igäüks meist tõenäoliselt saab aru ja interpreteerib maailma unikaalsel ja individuaalsel viisil. Siiski, me oleme võimelised suhtlema, kuna me jagame sama kontseptuaalset kaarti ja saame aru või interpreteerime maailma laias laastus sarnasel viisil. See tähendab seda, et me „kuulume samasse kultuuri”. Kuna me interpreteerime maailma laias laastus sarnasel viisil, oleme võimelised üles ehitama kultuuri, kus on tähendused jagatud ja seega konstrueerima sotsiaalset maailma, mida me ühiselt asustame. Sellepärast „on kultuur” mõnikord defineeritud „jagatud tähenduste või jagatud kontseptuaalsete kaartide” terminiteks (vt du Gay et al, Hall 1997: 17).

Hall lisab, et jagatud kontseptuaalsest kaartist ei piisa. Me peame suutma representeerida või vahetada tähendusi ja kontseptsioone, ja me saame seda teha ainult siis, kui meil on ligipääs jagatud keelele. Seega on keel teine representatsiooni süsteem kaasatud üleüldisesse tähenduse konstrueerimise protsessi. Meie jagatud kontseptuaalne kaart peab olema tõlgitud tavalisse keelde, nii et me saaksime seostada meie kontseptsioone ja ideesid kindlate kirjutatud sõnadega, räägitud häälikute või visuaalsete kujutistega (Hall 1999: 17).

Hall jagab representatsiooni teooriad kolmeks: peegeldav või imiteeriv lähenemine; tahtlik, kavatsuslik lähenemine; konstruktsiooniline lähenemine (Hall 1999: 24).

Reflektiivses lähenemises, on mõeldud, et tähendus asub objektil, persoon, idee või sündmus on tõelises maailmas, ning keel funktsioneerib peeglina, et *peegeldada* õiget, tõest tähendust, nii nagu see juba eksisteerib maailmas. Nagu poeet Gertrude Stein ükskord ütles, „Üks roos on üks roos on üks roos”. Neljanda sajandi enne Kristust, kasutasid kreeklased mõiste *mimesis*, et selgitada kuidas keel, isegi joonistus ja maal, peegeldab või imiteerivad Loodust; nad mõtlesid Homeri suurepärase poeemi *Ilias* peale, kui „imiteerisid” kangelaslike sündmusi. Seega teooriat, mis ütleb, et keel töötab lihtsalt peegeldades või imiteerides tõe, mis on

juba maailmas olemas ja fikseeritud, kutsutakse mõnikord „imiteerivaks” (Hall 1999: 24).

Kolmas lähenemine representatsiooni tähenduses väidab vastupidist. See on seisukohal, et autor on see, kes kehtestab oma unikaalset tähendust maailmale läbi keele. Sõnad tähendavad seda, mida on kavatsatud. See on tahtlik lähenemine. Taas, on selles punktis mõned väited, kuna me kõik, kui individuaalid, kasutame keelt, et edasi anda või kommunikeerida asju, mis on erilised või unikaalsed meie jaoks, meie viisile näha maailma. Ometi, nagu üldine representatsiooni teooria läbi keele, on tahtlik lähenemine samuti mõrane.

Kolmas lähenemine tunnistab ühiskondlikku, sotsiaalset keele karakterit. See teadvustab, et ei asjad ise ega individuaalsed keele kasutajad ei saa fikseerida tähendust keeles. See ei *tähenda*: me *konstrueerime* tähendust, kasutades representatsioonilisi süsteeme – konseptsioone ja märke. Sellest tulenevalt, kutsutakse seda konstruktivistlikuks või **konstruktsiooniliseks lähenemiseks** keele tähenduses. Arvestades seda lähenemist, me ei tohi segi ajada *materiaalset* maailma, kus asjad ja inimesed eksisteerivad, ja sümboolsed praktikad ja ja protsessid, läbi mille representatsioon, tähendus ja keel opereerivad. Konstruktivistid ei eita materiaalse maailma olemasolu. Siiski, see pole materiaalne maailm, mis annab edasi tähendust: see on keele süsteem või misiganes süsteem, mida me kasutame, et esitada meie ideesid. Need on sotsiaalses tegevuses osalejad, kes kasutavad oma kultuuri ja keele kontseptuaalseid süsteeme ja teiste esindatuse süsteeme, et konstrueerida tähendust, teha maailm tähenduslikuks ja kommunikeerida maailma tähenduslikult teistele (Hall 1999: 25).

Loomulikult võib märkidel olla materiaalne dimensioon. Esindatuse süsteemid koosnevad tegelikest *helidest*, mida me häälitseme, *kujutised*, mida filmime, *märk*, mida joonistame lõuendile, digitaalsed *impulsid*, mida anname edasi elektrooniliselt. Representatsioon on praktika, ühte liiki ‘töö’, mis kasutab materiaalseid objekte ja effekte. Kuid *tähendus* ei sõltu märgi materiaalsest omadusest, vaid selle *sümbolsest funktsioonist*. See on nii, kuna konkreetne heli või sõna *tähistab*, sümboliseerib või *esitab* ühte mõtet, et see saaks funktsioneerida keeles nagu märk ja edasi anda

tähtsust – või, nagu konstruktsionistid ütlevad, tähistada (tähi-s-tada) (Hall 1999: 25-26).

1.3 USA ja Eesti kohalike valimiste valimissüsteemist

Järgnevalt tuuakse välja nii Eesti kui Ühendriikide kohalike valimiste seadustest üldisemad reeglid ja juhised.

Eesti ja Ühendriikide täielikud kohalike valimiste seadused tuuakse välja Lisas 3 ja 4. Kuna Ameerika Ühendriikide valimisseadus on väga mahukas ja detailne, siis on Lisas 3 väljatoodud punktid, mida seaduses käsitletakse.

1.3.1 USA kohalike valimiste valimisseadus

New York Citys kehtiv valimisseadus on üleriigiline.

Eelvalimiste aeg, teatud kui sügisene eelvalimine, toimub hiljemalt esimesel teispäeval peale teist esmaspäeva septembris enne igat üldvalimist, juhul kui ei ole seadusandluse poolt muudetud teisiti.

Põhivalimistel on nõutud, et New York Citys toimuvad valimised hiljemalt teisele teispäevale järgneval kuupäeval, kui esialgne eelvalimine on peetud.

Üldvalimised toimuvad hiljemalt teispäevale järgnevale esimesel esmaspäeval novembris.

Ameerika Ühendriikide valimisseadus annab hääletamisõiguse Ameerika Ühendriikide kodanikele, kes on valimispäevaks saanud 18-aastaseks.

Ühendriikide valimiste seaduse järgselt antakse valimiste hääletamiseks lisapäev otsese tulekahju, maavärina, tornaado, plahvatuse, võimu läbikukkumise, sabotaazhi, vaenlase ründamise või muu katastroofi, vähem kui 25 protsenti iga suur-, väikelinna, küla või New York City, või iga maakonna, registreeritud hääletajatest, hääletasid tegelikult üldvalimistel, korral.

1.3.2 Eesti kohalike valimiste valimisseadus

Kohalike omavalitsuse volikogu valimise seaduse järgi on Eestis omavalitsuse volikogu liikmete valimised vabad, üldised, ühetaolised ja otsesed. Hääletamine on salajane. Kõikidel valijatel on üks hääl. Valimistulemused tehakse kindlaks proportsionaalsuse põhimõtte alusel. Volikogu valitakse kolmeks aastaks. Volikogu valimispäev on valimisaasta oktoobrikuu kolmas pühapäev.

Kui volikogu liikmete arv langeb alla volikogu koosseisu häälteenamuse saavutamiseks vajaliku arvu, korraldatakse valimisringkondades, mille nimekirjades rohkem volikogu asendusliikmeid ei ole, volikogu puuduvate liikmete valimiseks täiendavad valimised. Täiendavad valimised toimuvad kümne päeva jooksul, alates täiendavate valimiste teate saamisest. Valimised toimuvad hiljemalt 30. päeval pärast valimiste väljakuulutamist. Volikogu täiendavate valimiste päev on pühapäev.

Hääletamisõigus on Eesti kodanikul ja Euroopa Liidu kodanikul, kes on valimispäevaks saanud 18-aastaseks ja kelle püsiv elukoht, mille aadressiandmed on kantud Eesti rahvastikuregistrisse, asub vastavas vallas või linnas. Hääletamisõigus on välismaalasel, kes elab Eestis alalise elamisloa alusel, on valimispäevaks elanud seaduslikult vähemalt viimased viis aastat vastavas vallas või linnas.

Volikogu järgmise koosseisu liikmete arvu määrab volikogu oma otsusega. Volikogu liikmete arv peab olema paaritu arv. Volikogus peab olema vähemalt seitse liiget.

1.4 Kohalikud valimised New Yorgis aasatal 2001

USA meediast võetakse uurimise aluseks 2001. aasta New York City linnapeavalimiste valimiseelne periood kui vabariiklane Michael Bloomberg saavutas napi edu demokraat Mark Greeni ees. Uuritav päevaleht on The New York Times online.

2001. aastal olid New Yorgi linnapea kandidaadid demokraat Fernando Ferrer, Bronxi linnaosa vanem (osaleb linnapea valimistel neljandat korda); vabariiklane Michael R. Bloomberg, meedia ettevõtja; demokraat Mark Green, advokaat; demokraat Peter F. Vallone, linnavolikogu spiiker; vabariiklane Herman Badillo, eluaseme komisjoni liige ja demokraat Alan G. Hevesi, sissetulekute maksude audiitor.

Lipton toob NYTi artiklis “Bloomergi väljaminekud ja loendamine ulatub 20. miljoni dollarini”, ilmunud 1. september 2001, välja linnapea kandidaatide valimiskampaaniate eelarved USA dollarites: Herman Badillo: 381,552; Peter F. Vallone: 3,881,968; Alan G. Hevesi: 4,354,023; Fernando Ferrer: 4,756,579; Mark Green: 5,629,533; Michael R. Bloomberg: 20,014,450.

Valimiste järgsel päeval, 7ndal novembril 2001 aastal, kirjutab Adam Nagourney New York Timesis artikli valimiste tulemuste kohta “Bloomergi eelistati linnapea võiduajamises; McGreevey sai kerge võidu New Jereseys”:

Uuring näitas, et latino hääletajad jagunesid võrdselt Bloomergi ja Greeni vahel. Paistis, et Bloomberg võitis ühe-veerandiku mustade häältega, numbriga, mis Al Sharptoni arvates on ebatavaliselt kõrge respublikaanist kandidaadi kohta New Yorgis.

Wikidpea kodulehel avaldatud 2001 aasta New York City valimistulemuste esituse järgi jagunesid hääled kolm kõige enam saanud hääli kandidaatide vahel järgnevalt:

Michael R. Bloomberg – 744 757

Mark J. Green – 709 268

Alan G. Hevesi – 10 331

1.5 Kohalikud valimised Tallinnas aastal 2005

Eesti meediast võetaks aluseks hilisem valimiseelne periood – 2005 aasta kohalikud valimised Tallinnas. Valimistel saavutas edu Edgar Savisaare juhtimisel Keskerakond.

16. oktoobril 2005 kirjutab Eesti Päevaleht, et Keskerakond sai Tallinna volikogus enamuse.

Häälte jagunemist erakondade vahel illustreerib samas artiklis ilmunud tabel:

Nimekiri	Hääli	%	Mandaate 63
Kesk	56133	41,1% (38,5%)	32 (0)
Reform	28219	20,7% (15,2%)	15 (+4)
Isamaa	16582	12,1% (6,8%)	7 (+7)
SDE	15173	11,1% (4,9%)	6 (+6)
ResP	12213	8,9% (21,0%)	3 (-14)
Val2005	4002	2,9%	
KlenskiN	2468	1,8%	
KristlRP	894	0,7%	
IseseisvP	325	0,2%	
VasakP	189	0,1%	
Üsikk	312	0,2%	

Hääletamisest osavõtt: 45% Hääli kokku: 136510 sh e-hääli: 3824 5% künnis: 6825,50 Andmed edastanud: 132 jaoskonda 132st.

EPLO kirjutab 17. oktoobril 2005 artiklis “Tallinna linnavolikogusse valiti 21 riigikogu liiget”:

Kuigi tänasest jõustus seadusemuudatus, mis keelab riigikogu liikmel kohaliku omavalitsuse volikogusse kuuluda, osutus häälte järgi Tallinna linnavolikokku valituks 21 riigikogu liiget ja viis ministrit.

Volikokku valitud riigikogu liikmed ja ministrid:

1. Kesk Edgar Savisaar 16834 minister
2. Kesk Vilja Savisaar 5840
3. Reform Urmas Paet 3770 minister
4. Reform Maret Maripuu 2767
5. Kesk Nelli Privalova 451

6. Kesk Enn Eesmaa 2293
7. Kesk Vladimir Velman 1739
8. Reform Kristiina Ojuland 2048
9. Kesk Helle Kalda 1496
10. Isamaa Mart Nutt 1549

2005 aasta kohalikel valimistel oli Tallinna linnas hääletamisest osavõtt järgmine. Valijaid oli kokku nimekirjades 312 963, neist oli hääletanud kokku 138 963 ehk 44,4%.

SL Õhtuleht võrdleb 2005. aasta kohalike valimiste eelarveid 2002. aasta valimiste eelarvetega, kus väidetakse, et 2005. aastal on eelarved väiksemad. SL Õhtulehe Martti Kassi artikli “Valimiskampaaniad maksavad 40 miljonit”, ilmunud 23 august 2005, andmetel oli 2005. aasta erakondade planeeritud valimiskampaaniate eelarved järgmised:

Reformierakond kulutas 2002. aastal 11,8 miljonit krooni, tänavu on plaanis ligi 15 miljonit.

Keskerakond kulutas 12,2 miljonit, tänavu plaanib ligi 10 miljonit.

Res Publica kulutas 11,8 miljonit, tänavu plaanib 5,4 miljonit.

SDE kulutas 5,9 miljonit, tänavu plaanib 2 miljonit.

Isamaaliit kulutas 5,6 miljonit, tänavu plaanib 3,8 miljonit.

Rahvaliit kulutas 2,8 miljonit krooni, tänavu plaanib umbes 2,5–3 miljonit.

Samas märgib Õhtuleht, et sel aastal pannakse suuremat rõhku telereklaamidele.

2. Uurimismeetod ja valim

2.1 Uurimismaterjal ja metoodika

Uurimistöö meetodiks on standardiseeritud kontentanalüüs ning analüüsiobjektiks on meediatekstdid ehk artiklid. Kodeeriti ajalehe artikleid ehk lugusid, mis kajastavad kohalike valimiste valimiseelseid sündmusi ning kandidaatide tutvustust ja kampaaniatega seonduvat. Valitud on kõik artiklid, kus on mainitud parteide ja/või poliitikute nimesid ning räägitud ja/või mainitud eesolevatest valimistest.

Kontentanalüüs on uurimistehnika objektiivseks, süstemaatiliseks ja kvantitatiivseks manifesti kirjelduseks kommunikatsiooni sisus (Hansen et al.1998: 94).

Kontentanalüüs sobib hästi analüüsima ja kaardistamaks suurte tekstide võtme tunnuseid, ning samuti sobib see hästi pika-ajalisteks süstemaatiliseks kaardistamiseks meedia katvuse muutustes ja trendides.

Kui kontentanalüüsi varajane kasutus üritas välja selgitada meedia sõnumite algatajate kavatsusi, on kontentanalüüsi eesmärk meedia uurimises sagedamini olnud selles kuidas uudiste -, draama -, reklaami - ja meelelahutus väljund peegeldab sotsiaalseid ja kultuurilisi teemasid, väärtusi ja ilminguid. Kontentanalüüs lõimub hästi mitte ainult meedianalüüsi sisu-uurimustesse, vaid ka suurematesse uurimustesse, kus kasutatakse ka teisi uuringute meetodeid (uuringud, eksperimendid, osalus vaatlused, kvalitatiivne ja etnograafiline auditooriumi uurimus) (Hansen et al.1998: 123).

Hansen et al. kirjeldavad kontentanalüüsi protsessi, mille sisu koosneb kuuest sammust:

- 1) uurimusprobleemi definitsioon
- 2) meedia ja näite seleksioon
- 3) analüütiliste kategooriate defineerimine
- 4) kodeerimisjuhendi konstrueerimine
- 5) kodeerimiskava juhtimine ja usaldusväärsuse kontrollimine
- 6) andmete ettevalmistu ja analüüsid (Hansen et al. 1998: 98-99).

Uurimistöö kodeerimisel kasutati ainult lehtede põhiosasid, peamiselt uudiskülgi. Mõned Eesti Päevalehe analüüsitud artiklid asusid põhiosa rubriikides nagu Majandus ja Ajalugu.

USA meediast võetakse uurimise aluseks 2001. aasta New York City linnapeavalimiste valimiseelne periood kui vabariiklane Michael Bloomberg saavutas napi edu demokraat Mark Greeni ees. Uuritav päevaleht on The New York Times Online.

Eesti meediast võetaks aluseks hilisem valimiseelne periood – 2005. aasta kohalikud valimised Tallinnas. Valimistel saavutas edu Edgar Savisaare juhtimisel Keskerakond. Uuritav päevaleht on Eesti Päevaleht Online.

Poliitilise kommunikatsiooni uurimise aluseks võetakse ühe kuu – september – jooksul ilmunud kõik Eesti Päevalehe ja New York Timesi artiklid, mis on seotud kohalike valimiste ja kandidaatidega. September on valimis, kuna on valimiseelne kuu nii Eestis kui Ameerikas ning erakondade ja kandidaatide kommunikatsioon antud perioodil meedias on aktiivseim.

Valimi *online* versiooni valikuprintsiibil sai määravaks tekstide kättesaadavus. Eestis pole ühesgi suurimas raamatukogus (Rahvusraamatukogu, Hoiuraamatukogu) saadaval ajalehte New York Times paberväljaannet, samuti pole väljaanne saadaval perioodist september aasta 2001. Hoiuraamatukogus asuvad mõned eksemplarid nimetatud ajalehest, aastast 2001 jaanuar, veebruar ja märts. Samuti puudub ajaleht Eestis asuva Ameerika Suursaatkonna Infokeskuses. Helsingi Ülikooli Raamatukogus säilitatakse New York Timesi värsked eksemplare maksimaalselt kolm kuud ruumi puuduse tõttu, põhjendades, et artiklid on saadaval kõigis suurimates andmebaasides.

NYT *online* väljaande kontrollimiseks kasutas töö autor New York Times 2001 aastakäigu 18nenda märtsi väljaannet, mis on saadaval Hoiuraamatukogus.

Väljaande põhiosast ehk uudisküljelt valiti 10 lugu, mille olemasolu kontrolliti NYT *online* väljaandes. 10nest valitud paberkandja artiklist olid olemas kõik ehk antud

valimi põhjal jäeldame, et NYT paberkanaja ja online artiklite katvus on 100%. Kuid valimis olnud artiklite pealkirjade analüüsis ilmnes huvitav asjaolu, et nelja artikli pealkirjad olid paberkanaja ja *online* väljaandes erinevad. Paar näidet:

Wines, M., artikkel ilmunud 18.03.2001, artikli pealkiri ajalehes: “Koloneli kohtuprotsess tshetsheeni tapmises paneb Venemaa õigusemõistmise proovile.”

Ning *online*s ilmunud pealkiri: “Koloneli kohtuprotsess paneb Venemaa õigusemõistmise proovile.”

Winter, G., artikkel ilmunud 18.03.2001, artikli pealkiri ajalehes: “Hoolimata edenemisest, haigused, mida kantakse toiduga jäävad probleemiks USAs.”

Ning *online* väljaandes on see esitatud järgmiselt: Saastatud toit põhjustab miljoneid haigusi hoolimata edenemisest.

Online tulemuste kontrollimiseks võrdles töö autor Eesti Päevalehe väljaannet paberkanajal ja selle online versiooni EPLO. Eesti Päevalehes ilmunud valimiseelsete sündmuste ja isikutega seotud tekstid kattusid 100% selt online väljaandes avaldatud artiklitega. Osa paberkanaja artiklite ning online artiklite võrdlusel ilmnes erinevusi nagu onlineis ilmunud artikkel oli lühendatud või ilmus järgmisel päeval mitte samal võrreldes paberkanajaga.

2001. aasta septembrikuu jooksul ilmunud New York Times Online kodeeritud artiklite nimistu asub Lisas 1.

2005. aasta septembrikuu jooksul ilmunud Eesti Päevalehe Online kodeeritud artiklite nimistu asub Lisas 2.

Analüüsitavad meediatekstid mõlemas riigis on ilmunud ühe kuu jooksul enne valimisi.

Uurimistöö hüpoteesi, Ühendriikide valimiseelsetes meediatekstides esitatakse rohkem kandidaatide isikuomadusi kui platvormi kui Eesti valimiseelsetes meediatekstides, kirjeldades kampaania sündmusi, kinnitamise või ümberlükkamiseni jõutakse demagoogaivõtete tuvastamise abil, kus vaadeldakse, kas poliitik esitas oma

seisukohtadele lisaks või nende asemel enesekiitust, ehk poliitiliste seisukohtade väljendamise asemel esitati oma isikuga seonduvat.

Samuti, kas ajakirjaniku esituse stiilis võib täheldada negatiivset või positiivset hoiakut teatud isiku või teema suhtes ning kas sündmuste valikul ja presentatsioonil ilmneb, et valik langeb pigem teemadele, mis toovad välja poliitilisi seisukohti või skandaalseid sündmusi seoses kandidaatidega. Kampaania sündmuste esitust ja tähelepanu uuritakse teksti mahtu ja autoreid analüüsides. Milliste sündmuste esitus on kõige põhjalikum ning milliseid sündmusi on enim kajastanud väljaande oma reporter. Kui paljud ja millised teemad on esitatud teiste meediakanalite materjale kasutades.

Töö hüpoteesi: Nii Eesti kui Ameerika Ühendriikide valimiseelsetes meediatekstides esitatud enim kordi erakond ja/või kandidaat saavutas valimistel edu, kinnitatakse või lükatakse ümber kõneisikute tuvastamise abil. Vaadeldakse, kelle hääl kõneleb enim, kas enim kordi kõneisikuna esinenud kandidaat saavutas valimistel edu.

Uurimustöö analüüsi eesmärk on samuti viidete tuvastamine amerikaniseerumisele Eesti poliitilises kommunikatsioonis.

Amerikaniseerumine väljendub uuritavates meediatekstides selles, kui palju on valimiskandidaadid esitanud poliitilisi seisukohti ja sisulisi väiteid *versus* kui palju on esitatud kandidaatide isikuomadusi, nendega seotud skandaale.

2.2 Vaatlusalused ajalehed

Järgnevates peatükkides antakse ülevaade analüüsitavatest päevalehtedest New York Times ja Eesti Päevaleht. Selgitatakse valiku põhimõtteid. Vaadeldakse mõlema väljaande paberkandja kui online väljundit. Samuti antakse ülevaade päevalehtede auditooriumist lugejauuringute tulemuste näol. Lõpetuseks tuuakse välja kahe väljaande sarnasused ja erinevused.

2.2.1 New York Times

New York Times on valitud vaatlusaluseks väljaandeks, kuna annab New Yorgis ilmuvatest päevalehtedest parima poliitiliste sündmuste ülevaate. Vaatlusaluste päevalehtede valikul kaaluti ka New York Daily News või Newsday kasutamist, kuid antud väljaanded on siiski pigem võrreldavad Eestis ilmuva SL Õhtulehega ning ei anna usaldusväärset pilti USA/New York City poliitilisest maastikust.

New York Timesi kvaliteetsust kinnitab ka fakt, et seda loetakse üle riigi ning peetakse üheks oluliseimaks päevaleheks terves riigis.

Ettevõttesse The New York Times, juhtiv meediaettevõte, mille 2004. aasta aastatulu oli 3,3 miljardit USA dollarit, kuuluvad The New York Times, International Herald Tribune, Boston Globe, 16 muud ajalehte, 9 ühinenud telejaama, kaks New York City raadiojaama ja rohkem kui 40 veebi lehekülge, kaasa arvatud NYTimes.com, Boston.com ja About.com

Viiendat aastat järjest, järjestati ettevõtte number üheks kirjastusettevõtete Ameerika Enim Imetletud Ettevõtete nimekirjas Fortune 2005. Ettevõtte põhieesmärk on ühiskonna parandamine ja täiustamine luues, kogudes ja levitades kõrg-kvaliteedilisi uudiseid, informatsiooni ja meelelahutust.

Missioon ja visioon. New York Times veebilehe missioon on ühiskonna parandamine ja täiustamine luues kõrg-kvaliteediline võrgustik igapähele, kes otsib parimaid uudiseid, informatsiooni ja interaktsiooni läbi digitaalse meedia.

Meie visioon on: tuua kokku ja ehitada kauakestev suhe, suure vahet tegeva kasutajate auditooriumiga, kes hindavad ja väärtustavad kõrg-kvaliteedilisi standardeid brändide esituses nagu The New York Times, ja luua online kogemust unikaalse tunnustatava kasutajate kogukonna jaoks, läbi võrgustiku keskkonna, mis annab vastuseid, analüüse, vaatepunkte ja avatud partnerite võrgustiku.

Pullerits liigitab New York Timesi järgmisesse USAs ilmuvate ajalehtede kategooriasse:

Rahvusvahelise ja üleriikliku leviga päevalehed (*international and national dailies*), nagu USA Today, Wall Street Journal, New York Times ja Washington Post. Neil on bürood nii USAs kui välismaal ning nad üllitavad regionaalselt varieeruvaid väljaandeid (Pullerits 2003: 21).

New York Times toob välja oma mõjukuse kohta fakti, et iga päev toimetavad nad peaaegu 2000 ekseplari New York Timesi Valgesse Majja, Kongressi, Pentagoni ja C.I.Asse.

New York Times on võitnud 91 Pulitzeri preemiat.

Vaadeldud 18. märtsi 2001 väljaande põhinumber koosneb 32 leheküljest, mis kajastab peamiselt poliitika- ning majandussündmusi nii USAs kui välismaal.

Kuna tegemist on pühapäevase eriväljaandega, siis oli lehega kaasas mahukas lisade valik. Iga põhilehe vahel olnud lisa on eraldi väljaanne. Lisasid ilmus kokku 9, mille nimetus ja maht on toodud alljärgnevalt: 1) Metroo rubriik – 44 lk; 2) Pühapäeva sport – 14 lk; 3) Nädala ülevaade – 14 lk; 4) Kinnisvara – 34 lk; 5) Vajatakse abi (tööpakkumised) – 26 lk; 6) Autobiiliid – 22 lk; 7) Raha ja äri – 18 lk; 8) Andmepank – 34 lk; 9) Laupäeva õhtud, pühapäeva hommikud – 10 lk.

(Puuduvatel lehtedel asub reklaam.)

New York Timesi formaat on 341x560mm (seisuga 18 märts 2001).

11. mai 2006 aasta seisuga on Ameerika Ühendriikide päevalehtede top 100s New York Times tiraaziga 1 118 565 kolmandal kohal USA Today (tiraaz 2 154 539) ja Wall Street Journali (tiraaz 2 091 062) järel.

2.2.2 Nytimes.com

New York Timesi veebilehel võime leida laia variatsiooni erinevate valdkondade rubriike. Valikus on palju meelelahutuslikku infot. Rubriigid paiknevad veebilehe vasakus servas:

Tööturg; Kinnisvara; Autod; Maailm; U.S.; N.Y./Regioon; Äri; Tehnoloogia; Sport; Teadus; Tervis; Haridus; Arvamus;

Kunst; Raamatud; Filmid; Muusika; Televisioon; Teater;
Stiil; Einestamine & Vein; Mood & Stiil; Kodu & Aed; Pulmad & Pidustused;
Reisimine; Blogid; Liigitused; Korrektuurid; Õppides arvutivõrku; NYC Giid;
Pühapäeva ajakiri; Nädala ülevaade; Kõik liigitused; Multifilmid; Ristsõna/Mängud;
Lahkunud; Raadialvestused; Avalik toimetis;
Ilm; AJALEHT; Koju tellimine; Kliendisooovid; Timesi vaated.

NYT pakub väljaande paberkandjal ning online versioonis valikut poliitilisi - ning majanduse uudissündmuseid. Nii USAs kui välismaal. Paberkandja nädalavahetuse väljaande ning online väljaande võrdluses ilmnes, et mõlemad pakuvad palju lisalugemist erinevatest valdkondadest.

Praktilist teavet rubriikides nagu Tervis, Haridus, Õppides arvutivõrku jms. Vabaaja veetmise võimaluste kohta antakse nii online väljaandes kui paberkandjal mitmekesisist infot. Suurim erinevus NYT paberkandja ja veebilehe vahel on see, et veebi väljaanne on meelelahutusliku suunitlusega. Mahukaim seksioon NYT veebilehel moodustub meelelahutusinfost, kus on rubriigid nagu Multifilmid; Ristsõna/Mängud, Pulmad & Pidustused jms.

2.2.3 New York Timesi lugejad

NYT auditoriumi profiil jaguneb järgmiselt:

Riiklik kasutus (Allikas: Nielsen NetRating, oktoober 2005) 11 405 000;

Ülemaailmne (Allikas: New York Times online, oktoober 2005) 21 150 000.

Demograafia: NYT lugejate keskmine vanus on 46 eluaastat. Lehel lugejast moodustavad 47% naised ning 53% mehed. Lugeja keskmine sissetulek on 84 293 USA dollarit aastas. Kolledzi diplomit omab 73%. (Allikas: Nielsen/NetRatings @plan, Sügis 2005 väljalase).

Lugejate tehtavad majapidamisinvesteeringud USA dollarites aastas.

Alla 100 000 dollari kulutab 20% NYT lugejatest. 100 000–249 000 dollarit kulutab 13% lugejatest. Samuti 13% kulutab majapidamisele NYT lugeja sissetulekuga vahemikus 250 000–499 999 dollarit. 500 000–999 999 dollarit kulutab 11% lugejaid. 6% NYT lugejatest kulutab 1 miljonit - 2 999 999 dollarit aastas majapidamisele.

Ning 3% lugejaid kulutab 3 miljonit dollarit ja enam majapidamisinvesteeringuteks aastas. Ning keskmiselt kulutab NYT lugeja aastas 675 000 dollarit aastas majapidamisinvesteeringutele. (Uuringu viis läbi Roper Public Affairs 4 120 registreeritud lugeja hulgas, perioodil 06.-16.juuni, 2005).

Uurimus toob välja ka New York Times veebilehe auditooriumi kasutuse.

20% USA lugejatest elab New York otsepostituse piirkonnas. 80% USA lugejatest elab väljaspool New Yorgi otsepostituse piirkonnast. 79% igakuistest lugejatest elab USAs. 21% igakuiseid lugejaid elab väljaspool USAd. 9% igakuistest lugejatest, kes elavad väljaspool Ühendriike on USA kodanikud. 91% igakuistest lugejatest, kes asuvad väljaspool USAd on mõne muu riigi kodanikud. (Allikas: NYTimes registratsioon, NYTimes auditooriumi uuring läbiviidud Roper Public Affairsi poolt, juuni 2005).

2.2.4 Eesti Päevaleht

Eesti Päevaleht on valitud vaatlusaluseks väljaandeks, kuna on üks suurimaid ja kvaliteetsemaid päevalehti Eestis. Vaatlusaluste lehtede valikul kaaluti ka tiraaziarvult Eesti Päevalehte ületavat Postimeest, kuid oma olemuselt ja välimuselt sarnaneb see pigem SL Õhtulehele esitades lühiuudiseid värvilises ja lihtsas vormis, mis ei mõju usaldusväärset.

Seisuga 2006 aprill on Eesti Ajalehtede Liidu veebikülje andmetel suurimate tiraazidega kolm järgnevat eestikeelset päevalehte:

Postimees, tiraaz 66 700

SL Õhtuleht, tiraaz 65 700

Eesti Päevaleht, tiraaz 36 300

Kuna Eesti Päevalehe veebilehel ja paberkandjal puudub ülevaatlik tutvustus ettevõtte ning ajalehe missiooni, visiooni ja eesmärgi kohta, siis andis Eesti Päevalehe turundusosakonna analüütik Teet Kamarik e-kirja teel 12. mail 2006 ülevaatliku info Päevalehe kohta.

Eesti Päevalehe Telemarketingi osakond küsitleb igapäevaselt telefoni teel keskmiselt 30 lugejat, mehi-naisi võrdselt. Küsimusi on tavaliselt 16 ning küsimustik on tavaliselt koostatud ja valitud nii, et kaetud oleksid kõik rubriigid ja teemalehed. Uuringu tulemuste põhjal on selgunud, et lugejate suurim huvi on Eesti uudiste vastu. Väga populaarne on ka EPL rubriik Töö. Üle keskmise populaarsed on veel arvamuse ja majanduse küljed. Meeste puhul on populaarsuse topis ka spordiküljed. Eesti Päevalehe Telemarketingi osakond peab eriarvestust teemalehtede osas. Need lehed on olnud suuresti teerajajaks viimaste aastate trükimeediapildis. EPL Töö, EPL Köök ja EPL Aed tekitasid lugejate hulgas sellise reaktsiooni, et näiteks fanaatilised Postimehe lugejad hakkasid helistama oma lemmiklehe toimetusse ja küsima, miks neile ei tehta selliseid asju. Peale seda tekkisid ka Postimehe vahele sarnased rubriigid. Tänapäevaks on küll teemalehtede ilmumise vorm pisut muutunud, kuid lugejate huvi pole see kahandanud ega kergitanud. Teemalehtedest on seni olnud populaarseim EPL Tervis, seda eriti naiste hulgas. Naislugejate lemmik teisel kohal on EPL Köök, suveperioodil EPL Aed. Üle keskmise suur huvi on lugejatel ka Kodu ja Ehitus ning Kodu ja Kinnisvara lehtede vastu, seda lugeja soost sõltumata. Meeste favoriit on värskelt alustanud Mootor, mis ongi suunatud peamiselt meeslugejatele. Uusim teemaleht - Kodu ja Perekond - on ennast alles tõestamas. Esimesed reaktsioonid on positiivsed ja näitavad lugejate huvi selle teema vastu. Arvatavasti jääb lugejate huvi samasse klassi kui Kodu ja Ehituse/Kinnisvara lehtedel.

Eesti Päevaleht tahab olla huvitav ja vajalik leht linliku eluviisiga inimestele, kes elab peamiselt Põhja-Eestis. Samas ei taotle Eesti Päevaleht suurima päevalehe tiitlit Eestis. Arvestatakse sellega, et inimestel pole enam mahti veeta ajalehe seltsis tunde. Lehe värsked ja värviline ilme ning artiklite liigendus peaks toetama samuti aktiivse ja uudishimuliku lugeja valikuid. Eesti Päevalehe eesmärk pole võita kõigi poolehoid. Sama tõsiselt kui paberlehte, suhtub Eesti Päevaleht ka Online väljundisse, mille arendus on hetkel töös (Kamarik 2006).

Vaadeldud 20. mai 2006 laupäevane nädalavahetuse Eesti Päevalehe paberkandja väljaande number koosneb kokku 48 leheküljest. Ajaleht jaguneb rubriikideks lehekülgedeks (lk) arvu ehk mahu järgi järgnevalt:

Arvamus - 2 lk; Uudised – 8 lk (jaguneb omakorda alarubriikideks: Eesti 5lk, Tallinn 1 lk, Välismaa 2 lk);

Ülejäänud leht kannab nime Laupäev – 36 lk, mis sisaldab järgnevaid rubriike: Persoon 3 lk; Kultuur - 12 lk; Teaduskohvik 1 lk; Söök –1lk; Uus – 1 lk; Lühidalt (põnevad uudised maailmast); Sport – 4 lk; Essee – 1 lk; Maailm – 1 lk; Ilm&Tele – 5 lk; Kuulutused – 2 lk; Ristsõna – 1 lk.

(Puuduvatel lehtedel asub reklaam.)

Eesti Päevalehe formaat seisuga 16. mai 2005 on 316x421mm.

2.2.5 epl.ee

EPLO veebikülje rubriigid, mis paiknevad lehe vasakus servas:

Eesti; Majandus; Välismaa; Arvamus; Lugejakirjad; Nimed; Tallinn; Melu; Kultuur; Sport; Meelelahutus; Spordileht; Laupäev; Karikatuur; Külauudised; Koomiksid; Blogid; Interneti Su Doku; XX sajand; Kirjandusklassika

Kasulikud viited: Kinnisvara; Tööpakkumised; Kuulutused; Koolitants; Papa.ee; Sportnet

Teemad: Köök; Täiendkoolitusleht; Kultuur ja linn; Arkaadia; Kodu ja pere; Arkaadia eri; Mootor; Teadus; Kodu&kinnisvara; Tehnoloogia; Töö; MÖTE; Arvutileht; Aed; Jalgpall; Tervis; Haigekassa; Koolitus; Töötajale; Töötukassa

Vaata lisaks: Tark Mees Taskus; Riigi Kaitse; Transiit; Aiandus.ee

Kust saab EPLi osta

Eesti Päevalehe paberkandja ja online versiooni nädalavahetuse väljaannete võrdluses selgus, et paberkandjal puudus üks põhirubriikidest Majandus. Nädalavahetuse paberväljaanne sarnaneb *online*iga meelelahutusliku suunitluse tõttu. Paberväljaandes on eriti mahukas rubriik Kultuur. Online väljaanne sisaldab rohkelt praktilist infot ning kasulikku lugemist, mis aga puudub paberkandjal. Erinevad lisad ilmuvad ka EPL paberkandjal, kuid mitte ühe päeva ega nädalavahetuse jooksul. Nii online kui paberkandja väljaanne liiguvad suunas, et pakkuda lugejale võimalust kiirelt haarata päevakajalised sündmused, mida lihtsustab efektne ja värviline kujundus

(põhisõnumite väljatõsted) ning paljud online artiklid on esindatud erinevlt paberväljaandest lühendatud kujul.

2.2.6 Eesti Päevalehe lugejad

Uuringufirma Eesti Meediauuring Eesti Päevalehe lugejauuringu tulemuste põhjal, mis on koostatud perioodi 24.04 – 05.05.2006 kohta.

Uuringus küsitleti kokku 200 000 lugejat ning neist oli meeslugejaid 94 000 ehk 47,1% ning naisi 106 000 ehk 52,9%.

Kõige rohkem EPL lugejaid on vanuserühmades 50-59 aastat, kus lugejaid on 20,3% ning vanuserühmas 40-49 aastat, kus lugejate protsent on 20. Kõige vähem EPLi lugejaid on vanuserühmas 15-19 ehk 7,7%.

Erinevates rahvustes jagunevad Päevalehe lugejad järgmiselt – eestlane 90,2% ning mitte-eestlane 9,8%.

Loetavus regionaalselt on tugevas ülekaalus Tallinnas. EPLi lugejate protsent Tallinnas on 39,9 ning sellele järgneb Põhja-Eesti kus loetavus on 16,4%. Kõige vähem loetakse EPLi Lõuna-Eestis ehk 8,6%.

Eesti Päevalehe lugejaskonnas on enim keskhariduse omandanud lugejaid ehk 56,6%. 33% Päevalehe lugejatest on omandanud kõrghariduse ning 10,4% lugejate haridustase on alla keskharidust.

EPL lugejate sissetulek pereliikme kohta on enamasti üle 7 000 krooni ehk 18%, mis on kõrgeim uuringus esitatud sissetuleku kategooria. Järgnes kategooria 2501-3000 krooni, mida teenib 11,6% lugejatest ning kõige vähem lugejaid oli kategoorias kuni 500 krooni (kõige madalam kategooria) ehk 0,8%.

Eesti Päevalehe lugejate isiklik sissetulek on enamasti 10 001-15 000 krooni ehk 9,5%, sellele järgneb sissetulek vahemikus 5001-6000 krooni ehk 9,4% ning vähim lugejaid on isikliku sissetulekuga kategoorias 1001-1500 krooni ehk 1,4%.

Maakondade lõikes loetakse Päevalehte enim Tallinnas ehk 39,9%, järgnevalt Harjumaal ehk 10,3% ning kolmandal kohal on Tartumaa 9,4 protsendiga. Vähim loetakse Päevalehte Võrumaal 1,4%.

2.3 Päevalehtede NYT ja EPL paberikandja ja *online* väljaande võrdlus

Nii Eesti Päevalehe kui New York Timesi lehe paberikandja ja online versiooni sarnasus seisneb paljus lisalugemises. Nii EPL kui NYT paberikandja (nädalavahetuse) põhilehe vahel ilmub mitmeid lisasid. Ning kuna online väljund pakub põhimõtteliselt piiramatult informatsiooni esitamise võimalust, siis mõlema väljaande online versioonis on seda ka kasutatud. Enamasti pakuvad mõlemad online väljaanded materjale, mis on meelelahutusliku suunitlusega.

Mõlema väljaande sisuline suunitlus on sarnane, kuid vaadeldud NYT paberikandja väljaande formaat on suurem (piklikum), kui EPL formaat, samuti on leht koos oma lisadega oluliselt mahukam.

Veebikülgede lisalugemise võrdluses täheldati, et Eesti Päevalehe veebikülje väljaande alajaotus "Kasulikud viited" sisaldab rohkelt praktilist ja vajalikku teavet, nagu näiteks rubriigid Tervis; Haigekassa; Koolitus; Töötajale; Töötukassa. NYT online lehelt nn kasulike viidete kogu ei tuvastatud. Mitmekesisist infot antakse küll, reisimise ja einestamise kohta, kuid avaliku sektori asutuste teabele viited puuduvad.

New York Timesi paberikandja ja online väljaande artiklid on mõnevaõrra mahukamad kui Eesti Päevalehe mõlema väljaande artiklid. Kuid mõlema väljaande online väljund liigub suunas, et lugeja saaks tänapäeva kiires elutempos informatsiooni kiirelt haarata. Kiire ülevaate saamiseks kasutavad EPLO ja NYT online värvilisi artiklite pealkirju, graafikute ja fotode kasutamist. Mõlemad väljaanded pakuvad lojalse lugeja võitmiseks rohkelt lisalugemist erinevatest valdkondadest ning samuti ajaveetmise võimalusi mängude, ristsõnade, koomiksiste jms näol.

2.4 Kategooriate süsteem ja kodeerimisjuhend

Antud uurimuses kasutati järgmiseid kodeerimiskategooriaid:

Artikli üldised andmed, väljaanne, kus lugu avaldati, artikli nimi, artikli autor ja artikli ilmumise kuupäev.

Artiklite autorid. Artikli autor on see, kelle nimi tuvastati artikli pealkirja järel.

Artiklite autorite nimed, mida tuvastati olid alati mainitud nii EPL kui NYT puhul loo alguses mitte lõpus või keskel.

Artiklite allikad. Artikli allikas on väljaanne, mille nimetus tuvastati artikli pealkirja järel või liidi lõpus. Esines ka ebakorrektsed allikate viitmaisi nagu artikli keskel ja/või lõpus.

Artiklite maht. Artiklite mahtu hindas töö autor artikli tähemärkide arvu järgi koos tühikutega. Mahu sisse arvestati ka loo pealkiri ja autor.

Sündmuste valik ja presentatsioon. Valimiseelse perioodi sündmus Eesti Päevalehes ja New York Timesis on enim kordi kajastatud teema mõlemas väljaandes. Mõlema päevalehe põhisündmuste esituse mahtu mõõdeti tähemärkides ning põhisündmuste kogu tähemärgi arvu protsenti võrreldi kõikide analüüsitud artiklite tähemärkide arvuga.

Põhitegelased, kes on kõneisikud ehk *voicing* – kelle hääl kõneleb. Kõneisikud on poliitikud, linnapea kandidaadid, kelle otsekõne ja/või tsiteering esineb mõlema väljaande puhul artiklites enim kordi. Harro (2001) on liigitanud hääled kolme kategooriasse: 1. Inimesed, kes räägivad iseenda eest – tavaliselt artikli autor(id) – ajalehe puhul – või kõneleja, kui kõne on pandud jututmärkidesse sõna-sõnalt, 2. Inimesed kelle kõne on esitatud kaudkõnena, 3. Organisatsiooni hääl, näiteks toimetuse esindab tavaliselt uudise organisatsiooni häält.

Kõneisikute demagoogiavõtted. Kõneisik on isik, kelle hääl on kõnelenud enim kordi valimiseelsetes artiklites. Demagoogiavõtteid analüüsitakse kõneisikute otseses ja kaudses kõnes. Demagoogiavõtteid analüüsitakse Aava (2003) 8 järgneva kategooria alusel: 1. *Argumentum ad hominem* (inimesest lähtuv argument), 2. *Argumentum ad populum* (enamusele apelleerimine), 3. Emotsionaalne mõjutamine, 4. Valetamine, tegelikkuse moonutamine, 5. Lihtsustamine, 7. Seoste loomine, 8. Keeleline mõjutamine.

Stiil ehk tonaalsus, kuidas fookusisikust räägitakse. Stiili vaadeldakse, et saada ülevaade, millist toonalsust kasutab ajakirjanik fookusisikut kajastades. Vaadeldakse, kas ja milliseid (positiivne, negatiivne, neutraalne ja ambivalentne) omadussõnu ning hoiakuid on kõneisiku puhul kasutatud. Järgnevalt esitatakse stiilide kasutamise näited:

Positiivne stiil on – teksti autor on väljendanud oma suhtumist positiivse hinnanguga ja/või hoiakuga ja/või positiivsete omadussõnadega. Näiteks:

„Giuliani on, loomulikult, olnud ei kusagil mujal kui linnas, ja ta on olnud väga nähtav, külastades rünnaku paika, rääkides avalikkusega. Ta näib arusaavat, et newyorklased vajavad stabiilsuse sümbolit, tahavad teada, et keegi juhib, kui kõik on kontrolli alt väljas. Linn tunneb selle sümboli puudumist.” (NYT, Purnick, J., „Kriisis Giuliani, keda me tahtsime”, 13 september 2001);

Negatiivne stiil on – teksti autor on väljendanud oma suhtumist negatiivse hinnanguga ja/või hoiakuga ja/või negatiivsete omadussõnadega. Näiteks

„Päevalehe huvi viimase küsimuse vastu on tingitud asjaolust, et 2004. aasta aastaaruanne ei näita just Fixor Holdingu eriti aktiivset tegutsemist, mistõttu ei ole Fixor Holdingul ka vahendeid, et tagada täies mahus laenu omavahenditest, kui soovitakse need maatükid omandada. Seetõttu on ilmselt tarvilik, et omanik, antud juhul majandusminister Edgar Savisaar, suurendaks firma omakapitali vähemalt poole võrra ostu-müügi tehingu suurusest, et tagada pangale võetav laen.” (EPL, „Savisaar: pool miljonit Keila-Joa maja eest oli õiglane hind” 15 september 2005);

Neutraalne stiil on – teksti autor on teksti kirjutmisel säilitanud neutraalsust, pole kasutanud sündmuste ega isikute kirjeldamisel positiivseid ega negatiivseid omadussõnu ning tekstis puudub autoripoolne hinnang. Näiteks:
„Mark Green on öelnud, et ta toetaks „viimase lootusena” maksude tõstmist, et maksta politsei kaitse eest või parandada koole, kuid erinevalt Ferrerist ja Hevesist, pole ta täpsustanud milliseid makse ta tõstaks. Ja Peeter F. Vallone tühistaks kõik maksude tõusud, kui ta valitaks linnapeaks.” (NYT, Lipton, E., „Linnapea hoiatab, et maksude tõstmine läheb maksma töökohti” 6. september 2001).

Ambivalentne näide – teksti autor on väljendanud oma suhtumist positiivse ja negatiivse hinnanguga ja/või hoiakuga ja/või positiivsete, negatiivsete omadussõnadega. Näiteks:

„15. septembri Eesti Päevalehes lükkab aga ministri nõunik Heido Vitsur ümber väited, nagu püüaks minister Savisaar sekkuda põlevkiviõli hinnakujundusse. Miks ministeerium valetab?”

„Kas ministri sekkumine põlevkiviõli hinnakujundusse on seotud lähenevate valimistega?”

„Miks ei ole Eesti Energia suutnud teie korduvatele palvetele vaatamata eelnimetatud hinnakujundust välja töötada?” (EPL, Tänavsuu, T., „Edgar Savisaar: ootame oksjoni tulemused ära”, 21. september 2005).

3. Uurimistulemused

3.1 Artiklite autorid

Käesolev peatükk vaatleb käsitletavate artiklite autoreid Eesti Päevalehe ja New York Times *online* väljaandes. Peatükk annab ülevaate kui palju artiklite autoreid on võimalik tuvastada, kas autoriks on väljaande ajakirjanik või esindab autor mõnda poliitilist erakonda.

Tabel 1. NYT artiklite autorid

Artikleid kokku	Autor väljaande ajakirjanik(ud)	Autor väljaande toimetus	Autor poliitik/erakond	Autorit ei tuvastata
72	61	2	-	7
Kokku %	84,7%	2,77%		9,72%

Kõikidest analüüsitud NYT artiklitest 84,7% oli võimalik tuvastada väljaande autorit ehk 72st artiklist 611 korral. Ning kaks korda ehk 2,77% oli artikli autoriks väljaande toimetus.

2. septembril avaldatud artiklis „Peamine valik: Mark Green”, annab toimetus põhjaliku ülevaate kõikidest linnapea kandidaatidest ning oma nägemuse iga kandidaadi võimalustest. Artikli lõpus mainib toimetus ära, kes nende arvates sobiks kõige paremini tulevase linnapea kohale ning nende arvates on see Mark Green.

Teise näitena pöördus toimetus linnakodanike poole 24. septembril 2001 ilmunud artiklis „Õige aeg rääkimiseks”, kus palutakse vaadata peale terroriakti linnapea valimistele teise pilguga – vastutuse valguses terroriakti eest.

Kui auditooriumi poole pöördub kogu ajalehe toimetus, siis on õigus toimetusel artiklile ka alla kirjutada.

Juhtkirjad ei räägi iseenda, vaid väljaande või ringhäälingujaama nimel. Seepärast on klassikalised juhtkirjad allkirjastamata (Pullerits 1997).

7st artiklist ehk 9,72% polnud võimalik tuvastada artikli autorit, kuid kõigi 7 artikli allikaks oli märgitud (*Late Edition (East Coast)*).

2001 aasta septembrikuu jooksul ei avaldatud väljaandes ühtegi poliitku poolt kirjutatud artiklit.

Eesti Päevalehe Online'ist oli analüüsi aluseks 71 artiklit.

Tabel 2. EPL artiklite autorid

Artikleid kokku	Autor väljaande ajakirjanik	Autor väljaande toimetus	Autorit ei tuvastata	Autor poliitik/erakond
71	24	-	18	2
Kokku %	33,8%	-	25,35%	2,81%

71st artiklist on 24 korral ehk 33,8% artikli autori(te)na võimalik tuvastada Eesti Päevalehe ajakirjanikke. Kahel artiklil esines kaks autorit ning ühel artiklil oli kolm autorit. Mitut artikli autorit täheldati teema puhul, mida kajastati valimiseelsetes artiklites kõige rohkem (enim kõneainet pakkunud teemaks oli majandusminister ja Keskerakonna juhi Edgar Savisaare kinnisvara tehingud, mis oli 71st artiklist 19s keskseks teemaks).

Eesti Päevaleht Online väljaandes polnud üle poole analüüsitud artiklite autoreid võimalik tuvastada. Artikli autori nime esitus puudus 25,35% artiklitel, mille esitajaks oli märgitud EPLO.

Ebapiisavat autorite esitust illustreerib näide 17. septembril ilmunud EPL artiklis „Savisaar laseb oma firmale kuuluva Keila-Joa suvila ära hinnata”, on allikas Eesti Päevaleht, kuid autorit ei tuvastata. Viidatakse küll Päevalehe paberkandja artiklile, kuid artikli autorit ei esitata.

Kahel korral 71st ehk 2,8% oli artiklite autoriteks poliitik. 26. septembril kirjutas Reformierakonna esindaja ja justiitsminister Rein Lang artikli „Ärge kartke, ta on juba siin”. Ning 27. septembril kirjutas erakonna Res Publica esindaja Urmas Reinsalu Langi artiklile vastukajaks „Triiviv õigusriik - Justiitsminister hakkas Edgar Savisaare advokaadiks”.

New York Times ja Eesti Päevaleht online väljaannetes esines praktiliselt võrdne arv analüüsitavaid lugusid (NYT 72 lugu, EPL 71 lugu), kuid NYT esines tunduvalt rohkem iseseisva reporteritöö olemasolu, kus ajakirjanik on uurinud tausta, intervjuueerinud allikaid. Hennoste selgitab reporteritööd järgnevalt:

reporteritöö on vastuse otsimine planeerimise ajal väljamõeldud küsimustele.

See jaguneb mitmeks alatööks:

- taustmaterjali hankimine;
- olemasolevate faktide kontrollimine;
- valmistumine intervjuudeks ja vaatluseks;
- vaatlemine, lugemine, intervjuueerimine info hankimiseks.

NYT väljendus tugev reporteritöö paljude allikate kasutamises ühes artiklis, sageli kasutati rohkem kui kolme allikat tagamaks uudise tasakaalustatus ja usaldusväärsus. Põhjalik taustmaterjali hankimine väljendus artiklite mahus, mis olid EPL artiklitest ligi kolm korda mahukamad.

NYTis tuvastati 84,7% artiklite autoreid, kuid EPLis tuvastati seda kõigest 33,8%. Kategoorias „Autorit ei tuvastata” polnud erinevus kahe väljaande puhul nii suur. NYTis ei tuvastatud artikli autorit 12,5% ehk 9 korda ning EPLis 25,35% ja 18 korda. Positiivse toonina EPLst saab välja tuua kahe poliitiku avaldatud artiklid ehk 2,81% 71st artiklist, kuid NYTis ei esinenud ühtegi linnapea kandidaadi ega poliitiku avaldatud artiklit.

3.2 Artiklite allikad

Peatükk „Artiklite allikad” vaatleb kui palju on New York Times ja Eesti Päevaleht esitanud artikleid analüüsitava perioodil, mis põhinevad vahendatud allikal.

Tabel 3. NYT artiklite allikad

Artikleid kokku	Vahendatud allikas	Allikat ei tuvastata
72	2	-
Kokku %	2,7%	-

New York Times Online 72st analüüsitud artiklist 2s ehk 2,7% oli info esintatud vahendatud allikate põhjal. Üheks allikaks osutus raadiokanal WNYC-AM (820), artikkel *Kandidaadid räägivad vabariiklastest, samamoodi nagu üksteist*, ilmunud 1. septembril 2001 ning teiseks vahendati kokkuvõttev artikkel *Perez on demokraatilises võidus kui Hartfordis jätkub hääletamine*, Associated Pressilt. Artikkel ilmus 13. septembril 2001.a.

Täiesti anonüümseid artikleid NYTis ei tuvastatud, kus oleks puudunud viide kas allikale (*Late Edition (East Coast)*) või autorile.

Tabel 4. EPL artiklite allikad

Artikleid kokku	Vahendatud allikas	Allikat ei tuvastata
71	23	4
Kokku %	32,4%	5,63%

23l korral ehk 32,4% esines analüüsitud EPL artiklites viitamisi teistele väljaannetele. Vahendatud allikate kasutamisel täheldas töö autor, et sageli puudus korrektne viitamine. Kasutatud allikat ei esitata korrektselt artikli liidis ega pealkirja järel vaid artikli lõpus või vahendatud allikas leiti loo keskelt nagu näiteks 16. september 2005 ilmunud artiklis “Kallas toetab Keila-Joa tehingute uurimist”, teise lõigu tsiteeringu

lõpust võib lugeja tuvastada allika järgnevalt: ütles Kallas neljapäeval BNSile. Eesti Päevaleht oli enim kasutatud algallikatena päevalehte Postimees ja veebi väljaannet Delfi ning ühel korral oli artikli allikas Kanal 2 meelelahutuslik uudistesaade Reporter. Samuti esines sageli topeltviitamist nagu Delfi vahendatud BNS uudis.

Kategooriasse „Allikat ei tuvastata” liigitati artiklid, millel puudus viide EPLOle ning samuti polnud võimalik tuvastada artikli autorit. 5,63% ehk neljas EPL artiklis ei olnud võimalik tuvastada artikli allikat.

Samuti nagu esines suur erinevus NYTi ja EPLi artiklite autorite esituses, esines suur erinevus ka vahendatud allikate kasutamises. NYTis kasutati analüüsitud artiklites teist meediakanalit artikli allikana 21 korral ehk 2,7%, kuid EPLis esines vahendatud allika kasutamist 32,4% ehk 23s artiklis. Kui NYTis ei esinenud kategoorias „Allikat ei tuvastata” ühtegi näidet, siis EPLis t leiti 4 näidet ehk 5,63%.

Sarnaselt eelmisele peatükile (Artiklite autorid) võib kokkuvõtteks välja tuua, et suur vahendatud allikate protsent EPLis viitab vähesele väljaande oma ajakirjaniku tööle.

Hennoste toob välja Eesti ajakirjanike kolmest põhiprobleemist ühe välja järgnevalt: Teine probleem on selles, et **ajakirjanikud ei ole aktiivsed väärtuslike sündmuste otsijad** (Hennoste 2001: 43).

Mitmel korral esines EPLis topeltviitamisi, mis kahandavad uudise usaldusväärsust, kuna on võimalus, et varasemad allikad, kes on materjali kasutanud on seda näiteks kärpinud. Ning on küsitav, kas artikli vahendaja kontrollib vahendatava materjali fakte ja tausta.

3.3 Artiklite maht

Antud peatükk toob välja millises mahus on analüüsitavad päevalehed Eesti Päevaleht ja New York Times vaatlusaluse kuu (september) jooksul kajastanud kohalike valimistega seotud teemasid. Mahtu mõõdetakse tähemärkides.

Allolevas tabelis tuuakse võrdlus kahe päevalehe tähemärkide arvu kohta analüüsitud kuu lõikes.

Tabel 5. EPL ja NYT koguartiklite tähemärkide arvu võrdlus

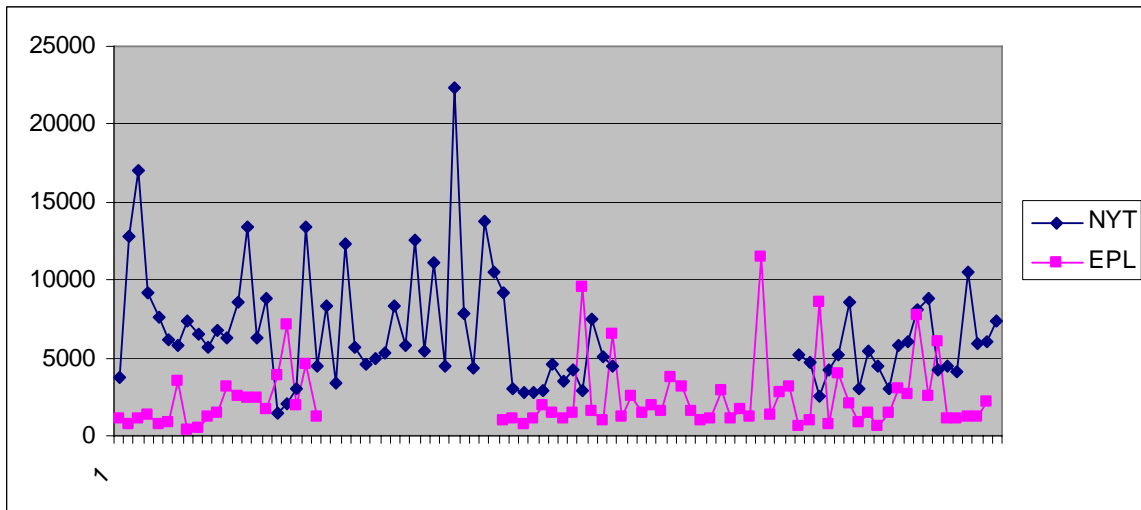
Väljaanne	EPL	NYT
Tähemärkide arv	166 836	478 380
Keskmine tähemärkide arv ühes artiklis	2349	6644

Eesti Päevalehes ja New York Timesis avaldati vastavalt 2005. aasta ja 2001. aasta septemberikuu jooksul praktiliselt võrdne arv artikleid: EPLis 71 ning NYTis 72. Kuid tähemärkide arvu erinevust illustreerib Tabel 5. NYT artiklite tähemärkide arv on ligi kolm korda suurem kui EPLis artiklite tähemärkide arv praktiliselt sama paljudes artiklites.

Peamine erinevus seisnes, kui NYT käsitles ühte teemat põhjalikult ja sügavuti, kasutades vähemalt kolme ja rohkem allikaid, siis vastavalt EPL jäi artiklis teema käsitusel pealiskaudseks ning sageli kasutati vähem kui kolme allikat, et tagada uudise usaldusväärsus.

Artiklite mahu jagunemise kohta analüüsitud kuu lõikes annab ülevaate järgnev graafik:

Graafik. Artiklite mahu jagunemine NYTis ja EPLis septembrikuu jooksul



3.4 Sündmuste valik ja representatsioon

Käesolev peatükk vaatlleb, milliseid sündmusi esitati ja väärtustati septembrikuu jooksul EPLis ja NYTis. Kas lisaks valimistega seotud teemadele pöörati tähelepanu ka muudele sündmustele ning millises mahus.

Välja tuuakse teemakajastuse kordade arv ning maht tähemärkides. Tulemus annab ülevaate kui palju on saanud üks teemakäsitus leheruumi ja tähelepanu.

Eesti Päevalehe Online väljaandes on 2005. aasta septembrikuu jooksul pakkunud enim kõneainet majandusminister ja Keskerakonna juhtfiguuri Edgar Savisaare kinnisvara tehingud.

Edgar Savisaare Keila – Joa suvila ostu-müügi tehing oli 71st artiklist 19s keskseks teemaks.

Tabel 6. EPLis enim kordi kajastunud teema protsentides

Artikleid kokku	Teemakajastus kordades	Enim kajastatud teema artiklite tähemärkide arv kogu

		tähemärkide arvust (166 386)
71	19	64 711 tm
Kokku %	26,7%	38,9%

Edgar Savisaare kinnisvara tehingu teemat kajastati analüüsitud artiklitest 26,7% ehk 19s artiklis. Enim kõneainet pakkunud artikleid esines natuke üle veerandi kõikidest artiklitest, kuid tähemärkide arvu järgi võib järeldada, et temaatilised artiklid on olnud küllaltki mahukad, kuna vaadeldud artiklitest oli enim kajastatud teema artiklite tähemärkide arv 64 711 ehk 38,9%. Enim kajastatud teema puhul täheldati, et ka artikli autoreid esines rohkem kui üks – kahel korral esines artikli autorina kaks väljaande ajakirjanikku ning ühel korral kolm ajakirjanikku.

New York Times *online* väljaande teemade kajastuses aastal 2001 septembrikuu jooksul ei saa välja tuua ühte kindlat teemat, mida on käsitletud enim kordi. Valimiseelne teemadering oli mitmekesine ning andis ülevaatliku pildi toimunud poliitilistest sündmustest ühe kuu jooksul.

Tabel 7. NYT enim kordi kajastunud teemad protsentides

Enim kajastatud teemad/ Artikleid kokku	Kampaaniate rahastamine	Kandidaatide platvormi esitus	Giuliani tagasivalimine seoses terroriaktiga	Muud valimistega seotud teemad
72	5	21	7	39
Kokku %	6,9%	29%	9,7%	54%

Tabel 8. NYTis enim kajastatud teemade artiklite tähemärkide arv kogu tähemärkide (478 380) arvust

Enim kajastatud	Kampaaniate rahastamine	Kandidaatide platvormi	Giuliani tagasivalimine	Muud valimistega
------------------------	--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	-------------------------

teemad/ Artikleid kokku		esitus	seoses terroriaktiga	seotud teemad
72	38379	174329	47672	218000
Kokku %	8%	36,4%	9,9%	45,5%

Võrreldes NYT-i teemade kajastust protsentides ning vastavalt jagunenud tähemärkide protsenti, on need jagunenud proportsionaalselt. Kõikidele teemavaldkondadele on pööratud võrdselt tähelepanu.

Vaadeldud kuu alguses täheldas töö autor NYT-i mitmes artiklis tähelepanu kandidaatide valimiskampaaniate rahastamise temaatikal. Kokku räägiti kampaaniate rahastamisest 5s artiklis ehk 6,9%. Ning kogu tähemärkide arvust moodustas 8% kampaaniate rahastamise temaatika. Mitmel korral räägiti Bloombergi kampaania rahastamisest, kuna tema võimalused olid oluliselt suuremad võrreldes teiste kandidaatidega. Kuid järgnevalt näide Hevesi kampaania rahastamise kohta 1. septembri Liptoni ja Cooperi artiklist “Hevesi kaitses”:

Anthony Fisheri perekonna kinnisvara arenduse ettevõtte Fisheri Vennad ja teised seotud Fisheri ettevõtted, on annetanud või aidanud rohkem kui 100 000 dollari ulatuses Hevesi linnapea kampaaniat, mis on teinud neist top kampaania annetajad.

Semptembri vältel pöörati tähelepanu kandidaatide tutvustamisele, räägiti nende visioonist, kampaaniatest, kandidaatide vahelistest debattidest, esitati aktiivselt kandidaatide platvormi. Kandidaate tutvustavaid artikleid tuvastati 21 ehk 29% oli see keskseks teemaks. Tähemärkide protsent oli antud teema kajastamisel 36,4.

Näiteks 6. septembril avaldab Lipton artikli “Linnapea hoiatab, et maksude tõstmine läheb maksma töökohti”, kus kõik kandidaadid, v.a Bloomerg, avaldavad oma arvamuse maksude tõstmise kohta NYCis. Kes on poolt ja kes vastu ning millised oleksi maksude tõstmise tagajärjed.

Peale 11. septembri terroriakti vähenes kohalike valimiste teemaliste artiklite arv mõnevõrra. Valimisteemaliste artiklite arv kasvas taas kuu lõpus, kui linnapea Giuliani võitis linnakodanike usalduse tugeva organisaatorina terrorirünnaku järgsete

kahjustuste likvideerimisel ning mõjukate sõnavõttudega televisioonis. Arutleti, kas muuta kohalike valimiste seadust kahe valitsemissaja asemel kolmeks ning samas avaldasid kõik linnapea kandidaadid antud küsimuses oma seisukohti. Antud teemal avaldati kokku 7 artiklit ehk 9,7%. Tähe märkide protsendi järgi oli teemal tähelepanu 9,9% kõikidest lugudest.

Näitena 22. septembril ilmunud Nagourney artikkel “Jälle Giuliani? Kirjutage ta sisse, soovitab Pataki”, kus kirjeldatakse aktsiooni, et muuta valimisseadust:

NYC reklaamiagentuur Saatchi & Saatchi avaldas kolme suurimas päevalehes reklaami, et muudetakse valimiste regulatsiooni ning Giuliani saaks jätkata linnapeana.

Enamus artiklid, mis avaldati septembrikuu jooksul ei käsitlenud ühte kindlat teemat seoses valimistega, kuid andsid hea ülevaate NYCis toimivas valimiseelsel perioodil. Kokku kirjutati üldistel valimisteedel 39s artiklis ehk 54%. Tähe märkide protsendi järgi oli 45,5% kogumahust tähelepanu üldistel valimistega seotud teemadel.

Samaaegselt linnapea valimistega, valiti ka New York City linnaosade vanemaid ning ka see teema leidis kajastust. Räägiti ka kandidaatide võitlusest vähemusrahvuste poolehoidu pärast, eriti Ferreri, Greeni puhul.

Mõned näited:

5. septembril avaldab Drew artikli “Valijatekogu üritab vältida kaost”, kus räägitakse vanadest hääletamismasinatest, mis võivad alt vedada.

6. septembril avaldas Greenhouse artikli “Võidujooks linnavalitsusse: Liidu juht”, kus suurorganisatsioon avaldab oma poolehoidu Ferrerile:

Gigantne NYC Tervishoiuorganisatsiooni president avaldab tunnustust ja poolehoidu kogu oma organisatsiooni (210 000 liikmest 30% on hispaania päritolu) nimel Ferrer'i kandidatuurile ning loodab, et Ferrer on esimene hispaania päritolu NYC linnapea.

Ning 9. septembril avaldab Lambert artikli “Üksmeel valitseb rohkemate elukohtade vajaduse järgi, kuid ideed kuidas neid saada on erinevad”, kus antakse kandidaatide seisukohad, mida peaks ette võtma, et vähendada elukohtade vähesuse probleemi NYCis. Ning majutus on saanud kõikide kandidaatide kampaania nurgakiviks.

NYT valimiseelsetes artiklites täheldas töö autor sageli kandidaatide omavahelist võimuvõitlust ehk poliitilist ärapanemist. Sageli tekitati sündmusi konkurendile koha kätte näitamiseks ehk kohati oli sündmuste representatsioon NYTis küllaltki agressiivne.

Näiteks:

8. septembril 2001 a. ilmunud Dean e. Murphy artikkel „Bloombergi heategevus toimib kampaanias kahel viisil.”

Artiklis avaldab Badillo arvamust, et Bloomberg ei peaks valimiseelsel perioodil annetustest rääkima, kuna peab seda ebaeetiliseks ja manipuleerivaks.

New York Magazine avastas Bloombergile 11 aastat tagasi kingitud satiirikogumiku “Kaasaskantav Bloomberg: Michael Bloombergi vaimukus ja elutarkus”, mis peaks portreerima Bloombergi. Kogumiku avalikustamisega tahetakse nõrgendada Bloombergi positsiooni. Badillo nimetab teda seksistiks, homofoobikuks ja rassistiks Dean e. Murphy 8. septembril 2001 a. ilmunud artiklis “Küsimused kerkisid Bloombergi kingituse kohta aastast 1990”,

Kõige tulisemalt reageeris eile Bloombergi respublikanist opponent Herman Badillo. “Ta on seksist, homofoobik, rasisst, kes minu arvates ei peaks kunagi kandideerima New York City linnapeaks,” ütles Badillo uudiste konverentsil.

New York Times täidab valimiseelsel perioodil head ajakirjanduslikku tava ning pakub lugejatele mitmekesist informatsiooni seoses valimiste ning kandidaatidega. Valimiseelsel perioodil on lugeja huvi leida operatiivselt teavet kandidaatide ja/või erakondade kohta, et langetada kellegi kasuks otsus.

Kindlasti õigustab ennast Eesti Päevalehes majandusminister Edgar Savisaare kinnisvara tehingute kajastamine valimiseelsel perioodil, kuid antud juhul pole probleemi kajastus tasakaalus valimistega seotud teemade esitamisel.

Siinkohal toetuks Hennostele, kes viitab Eesti ajakirjanike põhiprobleemidele, et **Eesti ajakirjanikud mõtlevad tegelikult uudisväärtusele väga harva** ega oska liiga tihti üldse seletada, *miks* nad ühe või teise uudise suureks mängisid või välja jätsid (Hennoste 2001: 43).

Kolmas suur probleemipundar tuleneb sellest, et **ajakirjanikud ei suuda endale aru anda, kelle jaoks nad kirjutavad** (Hennoste 2001: 44).

3.5 Põhitegelased, kes on kõneisikud ehk *voicing* – kelle hääl kõneleb

Käesolev peatükk vaatleb millised poliitikud on esinenud enim New York Timesis ja Eesti Päevalehes kõneisikuna. Kui palju on nende kõne esitatud otsekõne ja kaudkõnena. Ning kas ja kui palju esineb kõneisikutena organisatsiooni hääl.

Representatsiooni analüüs kriitilise diskursuse uurimuses on sageli kasutatud vahendina demonstreerimaks sotsiaalset positsiooni, võimu ja dominantsust erinevates diskursustes.

Iga lugu sisaldab jutustajat; siit tulenevalt lugu sisaldab alati kedagi, kelle kasuks on lugu räägitud (Harro 2001: 219).

Arutledes häälte representatsiooni ajalehe diskursusest, on oluline eristada kolme erinevat häälte kategooriat:

- 1) inimesed, kes räägivad iseenda eest – tavaliselt artikli autor(id) – ajalehe puhul – või kõneleja, kui kõne on pandud jututmärkidesse sõna-sõnalt
- 2) inimesed kelle kõne on esitatud kaudkõnena
- 3) organisatsiooni hääl, näiteks toimetuse esindab tavaliselt uudise organisatsiooni häält (Harro 2001:2001).

Näiteks väljavõte Eesti Päevalehe artiklist „Ansip ja Lang toetavad politseiameti likvideerimist”, ilmunud 1. septembril 2005 a.

Autorit ei tuvastata, allikad Eesti Ekspressi intervjuu põhjal, ETV uudised.

Seppik avaldas Eesti Ekspressile antud intervjuus arvamust, et senine politseiamet tuleks likvideerida ja politsei juhtimine üle viia otse siseministeeriumi kätte.

Ansip ütles neljapäeval, et politseiameti funktsioonide üleandmine siseministeeriumile tõstaks politseitöö efektiivsust, ka Lang toetas mõtet, et

politseiameti ülesanded võiks üle anda siseministeeriumile, teatas ETV.

Langi hinnangul on politseiamet oma aja ära elanud ja et "kadunukesest" jääks hea mulje, oleks viimane aeg ta ära likvideerida.

Antud artikli kõneisikud on Sepik, Ansip ja Lang, kes kuuluvad teise kategooriasse ehk nende kõne on esindatud kaudkõnena.

Allolevad tabelid illustreerivad kõneisikute esinemist kolmes häälte kategoorias.

Tabel 9. NYTis esinenud kõneisikute tsiteeringud protsentides

Kõneisik	Artiklite arv, kus esines kõneisiku tsiteering	Kokku % 72s artiklis
Bloomberg	11	15%
Badillo	11	15%
Ferrer	14	19%
Green	13	18%
Vallone	11	15%
Hevesi	6	8%
Guiliani	7	9,7%
Muu poliitik, ametnik, spetsialist	150	208%

Tabel 10. NYTis kõneisikute kaudkõne esinemine protsentides

Kõneisik	Artiklite arv, kus esitati kõneisiku kaudkõne	Kokku % 72s artiklis
Bloomberg	10	13,8%
Badillo	7	9,7%
Ferrer	9	12,5%
Green	11	15%
Vallone	5	6,9%

Hevesi	7	9,7%
Guiliani	4	5,5%
Muu poliitik, ametnik, spetsialist	46	63,8%

Tabel 11. NYT kõneisikute esinemine protsentides kategoorias toimetuse/uudiste agentuur

Kõneisik	Toimetuse esinemine kõneisikuna kordades	Kokku % 72s artiklis
New York Times	2	2,7%

Kategooria „Muu poliitik, ametnik, spetsialist” all peetakse silmas mingi kindla valdkonna ametnikke, spetsialiste, kes on andnud ühekordseid kommentaare vastavalt artikli temaatikale. Samuti kuuluvad sinna kategooriasse linnakodanikud, pensionärid.

NYT kõneisikutest tuvastati kahes kategoorias „Tsiteering” ja „Kaudkõne” enim Mark Greeni häält, kategooriatele vastavalt 18% ja 15%. Fernando Ferrer esines küll „Tsiteeringu” kategoorias kõrgeima protsendiga - 19%, kuid tema kaudkõnet on esitatud 12,5% ehk kolmanda kõneisikuna. Micheal R. Bloomberg, kes saavutas valimistel edu esines tsiteeringute esituses kolmandana koos Badillo ja Vallonega 15% ga. Kaudkõne esituses esines Bloomberg Greeni järel 13,8% ga.

NYT ajakirjanike aktiivset allikate intervjuueringmist ja tsiteerimist demonstreerib kategooria „Muu poliitik, ametnik, spetsialist” kõrge protsendi arv 208. Ning kaudkõnena esitati ametnike, spetsialistide häält 63,8 protsenti.

Kõneisikuna tuvastati NYTis kahel korral ka toimetuse enda hääl ehk 2,7%.

Allolevad tabelid näitlikustavad, kes olid EPLis peamised kõneisikud ning kas nende kõne oli tsiteeritud või esitatud kaudkõnena.

Tabel 12. EPLis esinenud kõneisikute tsiteeringud protsentides

Kõneisik	Artiklite arv, kus esines kõneisiku tsiteering	Kokku % 71s artiklis
Andrus Ansip	9	12,6%
Edgar Savisaar	9	12,6%
Tõnis Palts	3	4%
Rein Lang	2	2,7%
Urmas Reinsalu	2	2,7%
Villu Reiljan	2	2,7%
Muu poliitik, ametnik, spetsialist	63	88,7%

Tabel 13. EPL kõneisikute kaudkõne esinemine protsentides

Kõneisik	Artiklite arv, kus esitati kõneisiku kaudkõne	Kokku % 71s artiklis
Andrus Ansip	11	15%
Edgar Savisaar	9	12,6%
Tõnis Palts	4	5,6%
Rein Lang	3	4%
Urmas Reinsalu	-	-
Villu Reiljan	1	1,4%
Muu poliitik, ametnik, spetsialist	37	52%

Päevalehes esitati enim Andrus Ansipi ja Edgar Savisaare tsiteeringuid ehk 12,6%. Neile järgnes Tõnis Palts 4%ga.

Kaudkõne kategoorias esines enim kordi taas Andrus Ansipi hääl ehk 15%, talle järgnes Edgar Savisaar 12,6%ga ning kolmandana esitati Tõnis Paltsi kaudkõnet ehk 5,6%. EPLis võib märgata kahes esimeses kategoorias, et kahe esimese ja järgmiste kõneisikute vahel on oluline vahe.

Muude poliitikute ja ametnike hääl kõneles EPLis tsiteeringutena 88,7% ning kaudkõnena 52%.

EPLis ei esinenud kategoorias toimetuse/uudiste agentuur ühtegi häält.

Kõneisikute analüüsis seisneb NYTis ja EPLis üks erinevus, selles, et peamiste kõneisikute häälte esinemine “Tsiteeringu” ja “Kaudkõne” kategoorias oli NYTis ühtlasem kui EPLis.

NYT on kasutanud oluliselt rohkem ka muude allikate tsiteeringuid lisaks peamistele kõneisikutele.

Antud peatüki analüüsist võime järeldada mõlema riigi poliitikute kohta, et need, kes saavutasid valimistel edu ei olnud kõige aktiivsemad oma poliitiliste seisukohtade välja ütlemisel.

3.6 Kõneisikute demagoogiavõtted

Käesolev peatükk vaatleb kas analüüsitud artiklites esines kõneisikute kõnedes demagoogiavõtteid ning kui, siis kes kõneisikutest esitas enim demagoogiavõtteid ning millised kategooriad esinesid enim kõnedes.

Demagoogia on võtete kogum inimeste teadlikuks eksitamiseks. Ü. Vooglaid (Aava 51: 2003).

Järgnev tabel annab ülevaate milliseid demagoogiavõtete kategooriaid tuvastati EPLi septembrikuu 2005. a. artiklitest.

Tabel 14. EPLis esinenud demagoogiavõtete 8 kategooria esinemissagedus

Demagoogiavõtete kategooriad	Artiklites kordade esinemise arv	Kokku % 71s artikklis
1. <i>Argumentum ad hominem</i> (inimesest lähtuv argument)	16	22,5%

2. <i>Argumentum ad populum</i> (enamusele apelleerimine)	11	15%
3. Emotsionaalne mõjutamine	19	26,7%
4. Valetamine, tegelikkuse moonutamine	2	2,8%
5. Lihtsustamine	3	4%
6. Subjekti vahetamine	3	4%
7. Seoste loomine	2	2,8%
8. Keeleline mõjutamine	10	14%

Eesti Päevalehe kodeeritud artiklites tuvastati enim kõneisikute kõnedes demagoogiavõtet “Emotsionaalne mõjutamine”, mida kasutati 26,7%. Näide 2. septembril 2005 a. ilmunud artiklist „Jaanus Rahumägi astus Reformierakonda”.

”Head sõbrad, ja täna on see hetk, millal me peame üksteist lihtsalt usaldama. Mina usun teisse. Mina usun Res Publicasse,” lõpetas Rahumägi kolm kuud tagasi peetud kõne.”

Näide asub artiklis, kus räägitakse Rahumäe erakonna vahetusest, nimelt vahetab ta Res Publica Reformierakonna vastu ning antud näites kasutab Rahumägi kiitmist ja meelitamist nimetades oma endisi erakonnakaaslast “headeks sõpradeks”, üritades jätta endast head sõbramehelikku muljet. Ning samad tunnused ilmnevad Rahumäe väites: “Mina usun teisse. Mina usun Res Publicasse.”

Teisena esines kodeeritud artiklites enim demagoogiavõtete esimest kategooriat „*Argumentum ad hominem*” (inimesest lähtuv argument) ehk 22,5%, mida illustreerib järgnev näide Eesti Päevalehes ilmunud 7. septembril vanemtoimetaja Rein Sikku artiklist “Ansip: valitsus jõuluvanaks ei hakka”:

•• Seega teie ei hakka kulude kokkuhoiuks jalgrattaga koju Tartusse sõitma?

”Kindlasti mitte. Kuigi ma saaksin hakkama. Olen kahel aastal läbi sõitnud enam kui 170-kilomeetrise rattamaratoni.

Selline populism nagu auto kasutamisest loobumine on rumal. Isegi kui ma tahaksin avalikult näidata, et lähen kütuse kokkuhoiu tõttu jalgrattaga Tallinnast Tartusse, peavad ihukaitsjad ikkagi saatma mind autoga. Nagu eesti rahvas tervikuna pole jätnud oma sõite tegemata, ei jäta ka mina.”

Siin kasutab peaminister Andrus Ansip võimalust esitada enesekindel väide. Kuigi fakt, et Ansip on võimaline vahemaa Tallinnast Tartusse läbima jalgrattaga, pole antud kontekstis oluline, ei jäta peaminister juhist kasutamata enesekiituseks.

Kolmandana kasutasid Päevalehe kõneisikud demagoogiavõtet “*Argumentum ad populum*” (enamusele apelleerimine) ehk 15%, mida illustreerib näide 13. septembril ilmunud artiklist „Suvilaafääri sattunud Savisaar päästis valla heade uudiste saju”:

«Ka avalikkusel on põhjendatud huvi teada, millega üks riigiasutus ja selle juhid tegelevad,» ütles ministeeriumi pressiosakonna juht Anu Hallik-Jürgenstein.
«Suurenenud uudiste hulk viimasel ajal tähistab suvepuhkuste lõppu ja sisulise töö jätkumist täies mahus.»

Kui meedia paljastas Savisaare Keila-Joa kinnisvaratehingu, järgnes sellele Savisaare juhitud ministeeriumist healoomuliste teadete sadu.

Siin mõjutab Majandus- ja kommunikatsiooni ministeeriumi esindaja auditooriumi grupi ehk rahva kaudu, kuna nende jaoks, nende põhjendatud huvi pärast ministeeriumi ja selle juhi tegemiste kohta, avaldati rohkem uudiseid.

Keelelist mõjutamist kasutasid kõneisikud kodeeritud artiklites 14%. 15. septembril ilmus artikkel „Ansip taunis Savisaare suvilaostu”, kus Andrus Ansip kasutab kõlavaid sõnu ning kõnekujundeid (epiteedid, metafoorid):

„Taolistesse olukordadesse sattumine ei kaunista valitsuse liiget,” ütles Ansip. „Peaks olema iseenesestmõistetav, et kohe kui tekib selline olukord, peaks tulema ammendavad selgitused. Minu jaoks pole need selgitused ammendavad olnud.

Põhjalikumad seletused me saime alles eile riigikogus

Ansip ise ei laseks enda sõnul endale kunagi teha ühtegi tasuta või soodsat kingitust.

„Tasuta on liiga kallis, makstes tuleb odavam.”

Võrdselt kasutasid kõneisikud septembrikuu Päevalehe artiklites kategooriaid “Lihtsustamine” ja “Subjekti vahetamine” ehk 4%.

14. septembri artiklis „Savisaar: iga ostja on huvitatud odavamalt ostmisest”:

“Ma tahaks teile kinnitada seda, et minul pole [suvilakompleksi omaniku Asi Kalev juhi] Oliver Kruudaga, ei majandusministrina ega Tallinna linnapeana olnud mingeid ametialaseid kokkupuuteid,” ütles Savisaar. „Ütlen seda kohe algul igasuguste kahtlustuste ärahoidmiseks.”

Siin kasutab Savisaar ära lugejate teadmatust oma suhte kohta Oliver Kruudaga. Ning samas artiklis kasutab Savisaar subjekti vahetamist:

„Ta (Kruuda) kinnitab, et sellist pakkumist tehtud ei ole, mis tähendab, et tegu on mulliga. Kas see mull on pärit ajakirjanduslikest ringkondadest või mõne parteikontoris välja mõeldud, selle kohta ma ei oska midagi öelda,” kõneles Savisaar.

Siin kasutab Savisaar suitsukatet ajakirjanduse ja parteikontorite näol, samuti tuha pähe raputamist ning subjekti vahetamist, väites, et selle kohta ei oska ta midagi öelda.

Samuti võrdselt, kuid vähim arvkorde kasutati demagoogiavõtteid valetamine ja tegelikkuse moonutamine ning seoste loomine ehk 2,8%.

Eesti Päevalehes esines tegelikkuse moonutamist ainult ühe kõneisiku puhul, ehk kadidaat, kes saavutas valimistel edu - Edgar Savisaar. Tema kõnedest võis leida mitmeid kordi subjekti vahetamist ning tuha pähe raputamist. Näide Eesti Päevalehes

211 septembril ilmunud Jaanus Piirsalu artiklist “SIA skandaali neli patust – täna kõvemad kui 10 aastat tagas.”

Või nagu Edgar Savisaar ütles SIA erikomisjonile: “Tähendab, mina ei ole poliitikute omavahelisi vestlusi üldse lindistanud. Mina olen lindistanud iseenda kõnet, kuna on võimalus, et pärast tõlgendatakse asja vääralt.”

Artiklis „Ansip kaitses riigikogus Savisaare-Putini pakti”, ilmunud 21. septembril 2005, loob Andrus Ansip järgneva seose ning annab soovitus:

„Ma olen veendunud selles, et suhtlemisest on alati rohkem kasu kui partnerite ignoreerimisest,” ütles Ansip riigikogu infotunnis, „igast kontaktist on võimalik saada kasu, kui ei asuta kohe alguses eitavale seisukohale.”

Tabel 15. NYT esinenud demagoogiavõtete 8 kategooria esinemissagedus

Demagoogiavõtete kategooriad	Artiklites kordade esinemise arv	Kokku % 72s artiklis
1. <i>Argumentum ad hominem</i> (inimesest lähtuv argument)	44	61%
2. <i>Argumentum ad populum</i> (enamusele apelleerimine)	7	9,7%
3. Emotsionaalne mõjutamine	12	16,6%
4. Valetamine, tegelikkuse moonutamine	2	2,7%
5. Lihtsustamine	-	-
6. Subjekti vahetamine	5	6,9%
7. Seoste loomine	-	-
8. Keeleline mõjutamine	8	11%

NYTis esinesid demagoogiavõtted peamiselt artiklites, mis kajastasid linnapea kandidaatide vahelisi debatte. Antud artiklitest ehk TV-debattide esitustest tuvastati enim esimest kategooriat “*Argumentum ad hominem*” (inimesest lähtuv argument), kus esines poliitilist äraapanemist, poliitikute omavahelist sõnasõda, manipuleerimist ja sarkasmi. Kuid kategooria esines kõikidest kodeeritud NYT artiklites enim ehk 61%.

1. septembril NYT avaldatud TV-debati esitusest „Kandidaadid räägivad vabariiklastest, samamoodi nagu üksteisest” tuvastati värvikas näide vastase ründamisest, siltide külgekleepimisest ning naeruvääristamisest:

Badillo – “Jah, härra Bloomberg, sa kirjutasid oma raamatus „Bloombergilt Bloombergile”, et keegi ei tohiks alustada tipust. Tegelikult, ütlesid, et sa ei alusta inglise keelega lugedes Chauceri... Ning mina olen öelnud, et sa ei saadaks võitlusesse kindralti, kes pole kunagi olnud lahingus. Mis paneb sind arvama, et sa oled kvalifitseeritud New York City linnapea kohale, absoluutselt ühegi kogemusega?”.

Teisena kasutasid kandidaadid enim emotsionaalset mõjutamist ehk 16,6%. Näiteks Adam Nagourney 24. septembril ilmunud artikkel “Valimiste kandidaadid kiirustavad valijaid tagant, kutsudes esile trotsi”, kus Michael Bloomberg esitab emotsionaalse ja kõlava üleskutse:

Bloomberg lisas, “Kelle poolt te ka ei hääletaks, võidab Ameerika. Kui me püsime ühe rahvana, mustad, valged, kristlased, juudid, moslemid, siis tõuseme taas tuhande ja jätkame, et olla selle linna lootusl.”

Ning samuti Adam Nagourney ja Dexter Filkinsi 30. septembril ilmunud NYT artiklis “Green halvustab Ferreri vaateid linna kriisis” esineb emotsionaalse mõjutamise näide:

Ferrer: “New Yorgis on ilmnunud ka teisi rõhuvaid probleeme”, ütles ta toetajatele Puck hoone ees, kes tähistasid tema võitu teisipäeval demokraatlikul eelhääletusel. “Tornid võivad olla kokku varisenud, kuid mitte meie seotus.”

9,7% kasutasid NYT esinenud kõneisikud demagoogiavõtet *Argumentum ad populum* (enamusele apelleerimine). Näide 1. septembri artiklist „Kandidaadid räägivad vabariiklastest, samamoodi nagu üksteisest”:

TV-deabtis palutakse Bloombergil anda seisukoht valimiskampaania rahastamise kohta isiklike ressurssidega.

Bloomberg – “Tänapäevaste standardite järgi kulutas Nelson Rockefeller rohkem kui keegi arvatavasti on kulutanud. J.F.K. kulutas tohutu summa oma isiklikku raha.

Paljud inimesed teevad seda...”

Siin apelleerib Bloomberg enamusele ning mõjustab arvamusiidrite kaudu oma seisukohta, et kui seda teevad paljud, siis miks mitte mina.

Demagoogiavõtete kategooriat “Subjekti vahetamine”, tuvastati NYTst 6,9%. Subjekti vahetamise kohta näide 8. septembril ilmunud Murphy, D. artiklist „Küsimus kerkis Bloombergile 1990. aastal kingitud satiirikogumiku kohta”:

„See on naeruväärne, et te keskendute praegu sellele,” ütles Bloomberg. „Lähme tagasi selle juurde, millest see linn hoolib”.

Nii nagu Eesti Päevalehe puhul esines tegelikkuse moonutamist ka New York Timesis ainult ühe kõneisiku puhul, ehk kadidaat, kes saavutas valimistel edu - Micheal Bloomberg. Tegelikkuse moonutamist esines 2,7%.

Näide New York Timesist, kus Bloombergi kõnest võib tuvastada tegelikkuse moonutamist, kaartide segamist ja teabe kalevi alla panekut, 10. septembril ilmunud artiklist “Majanduse tulevikku ja meedia kõmu vastamisi seades” (artikli allikas TV-debatt), kus Bloomberg vastab saatejuhi küsimusele satiirikogumiku kohta:

Bloomberg – “Ma pole vaevunud lugema lugusid endast või seda raamatut. See oli midagi, mis mulle ulatati ühel peol, kirjutatud kellegi teise poolt 10 aastat tagasi. See anti mulle, ma olen kindel, et ma andsin selle kellegile oma kolleegidest. Ja ma pole seda enam kunagi näinud. Nii, et ma ei tea ...”

NYT kõneisikute kõnedes ei tuvastatud demagoogiavõtete kategooriaid “Lihtsustamine” ja “Seoste loomine”.

Allolev tabel illustreerib kui paljudest analüüsitud NYT ja EPL artiklites esinenud kõneisikute kõnedest tuvastati kokku demagoogiavõtteid.

Tabel 16. EPL ja NYT demagoogiavõtete kasutamise arvu võrdlus protsentides

Väljaanne	EPL	NYT
Artikleid kokku	71	72
Demagoogiavõtete esinemine artiklites	34	18
Kokku %	47,8%	25%

Eesti Päevalehes tuvastati demagoogiavõtteid praktiliselt poole rohkemates artiklites kui New York Timesis. Päevalehes tuvastati kõneisikute kõnedest, sõltumata uudise teemast, kogu septembri vältel kõiki 8 demagoogiavõtete kategooriat. NYTis ei tuvastatud demagoogiavõtete kategooriaid “Lihtsustamine” ja “Seoste loomine”.

New York Timesis tuvastati demagoogiavõtteid enim TV-debattide esitustest ning samuti peale 11.09.2001 toimunud terroriakti. Demagoogiavõtte *Argumentum ad hominem* (inimesest lähtuv argument) kasutusprotsent oli väga kõrge (61) ning seda peamiselt sagedale kasutusele TV-debattides. NYCis toimunud terroriakti ei jätnud linnapea kandidaadid kasutamata, esineti emotsionaalsete pöördumiste ja üleskutsetega ning sellel perioodil oli kõrge emotsionaalne ning keeleline mõjutamine.

EPLis ja NYTis tuvastatud demagoogiavõtete kategooriate kasutus oli sarnane, kuna mõlemast väljaandest tuvastati enim kategooriaid “*Argumentum ad hominem*” (inimesest lähtuv argument), “*Argumentum ad populum*” (enamusele apelleerimine), “Emotsionaalne mõjutamine” ning “Keeleline mõjutamine”. Kategooriad, mida ei tuvastatud NYTis esinesid vähim kordarve ka EPLis.

3.7 Stiil ehk tonaalsus, kuidas fookusisikust räägitakse

Käesolev peatükk vaatleb stiili kuidas ajakirjanik räägib fookusiskutest, milliste sõnadega iseloomustatakse kandidaate. Milline hinnang antakse kõneisikule ning tema esitatud väit(dete)le. Peatükk annab ülevaate kas ajakirjanik on kajastanud kõneisiku läbi positiivse, negatiivse või neutraalse võtme või on kajastus ambivalentne.

Tabel 17. Positiivse, negatiivse, neutraalse ja ambivalentse stiili esinemine NYTis

Kategooriad	Artiklites kordade esinemise arv	Kokku% 72s artiklis
Positiivne	2	2,7%
Negatiivne	2	2,7%
Neutraalne	65	90%
Ambivalentne	-	-

NYTis esines nii positiivseid kui negatiivseid stiilinäiteid võrdne arv kordi ehk 2,7 protsenti.

8. septembril 2001 a. ilmunud NYTis artiklis „Bloombergi heategevus toimib kampaanias kahel viisil”, on ajakirjanik korduvalt kasutanud M. Bloombergi suhtes ironiseerivat ning negatiivset alatoonit. Enamasti vihjab ajakirjanik Bloombergi jõukusele ning faktile, et tal pole avaliku sektori kogemust, näiteks:

“Bloomberg, kes pole kunagi varem olnud avaliku sektori poolt nõutud, on üritanud silma paista läbi eduka ärimise kogemuse ja kui tõsine heategija.”

“Kuid nagu enamus asjad Bloombergi ja tema üüratu varanduse puhul, vastavalt ajakirjale Forbes, mida hinnati 4. billionile dollarile, tegi ta eelmise aasta kuuendaks rikkaimaks meheks New York Citys – raske on eraldada meedia mogulit linnapea kandidaadist.”

NYTis esines kaks positiivset stiilinäidet kõneisiku kirjeldamisel, mis mõlemad esinesid endise linnapea Rudolf Giuliani puhul. Giuliani kajastamine valimiseelsel

perioodil sagenes peale 11. septembril toimunud terroriakti New York Citys. 22. septembril 2001 a. Adam Nagourney'i artiklis „Giuliani, Again? Write Him In, Pataki Offers”, kasutab ajakirjanik Giuliani kohta ülistavaid ja suuri sõnu:

“Need avaldused on ilma kahtlusteta tehtud armastusest selle linna ja imetlusest linnapea vastu, kes on olnud siiski titaan selles kriisis. Ilma ühegi eksimusest.”

NYTis ei esinenud ambivalentseid näiteid ning 65s artklis ehk 90% räägiti kõneisikust neutraalsel toonil.

Neutraalsed näited esinesid peamiselt artiklites, kus ametnikud esinesid kõneisikutena, esitades oma väited neutraalsel kujul. Näiteks 20. septembril ilmunud Diane Cardwelli artikkel “Küsimused enne valimisi valimiskogus”:

“Järgmine probleem valmiskogus on – kuidas saada 6 700 hääletamise masinat valimisteks töökorda, ütles Gary Berzansky, masinate järelvalve juhataja. Kuna eelhääletus tõsteti võimalusel 11. oktoobrile, ütles Berzansky, et tal pole piisavalt aega välja otsida masinaid, tabuleerida tulemusi ja, siis ette valmistada ja masinad taaskord välja tuua üldvalimisteks”.

Tabel 18. Positiivse, negatiivse, neutraalse ja ambivalentse stiili esinemine EPLis

Kategooriad	Artiklites kordade esinemise arv	Kokku% 71s artiklis
Positiivne	-	-
Negatiivne	4	5,6%
Neutraalne	58	81,6%
Ambivalentne	1	1,4%

EPLis esines kõneisikute kirjeldamisel 4 negatiivset näidet ehk 5,6%. Peamiselt kasutati negatiivset tooni Keskerakonna juhi Edgar Savisaare puhul. Näiteks 21. septembril 2005, on Jaanus Piirsalu kirjutanud artiklis „SIA skandaali neli patust – täna kõvemad kui 10 aastat tagasi”, milles autor on suhtunud teemasse irooniaga:

Savisaare näitlik õppetund teemal “Milleks on lindistamine hea”

Eesti Päevaleht avaldab väljavõtte stenogrammi SIA komisjoni kohtumisest Edgar Savisaarega 1995. aasta lõpul. Laused on kohati kohmakad, aga see on ilmselt tingitud komisjoni sekretäri kiirest käsitsi üleskirjutamisest.

Ning 20. septembril ilmunud Toivo Tänavsuu artiklis „Edgar Savisaar: koostöö venelastega on vajalik” võib samuti täheldada ironiseerivat hoiakut:

- “Miks on Slantsõ kaevurite eluolu teile nii südamelähedane, et näib, justkui hooliks te selle väikelinna kaevurite eluolust rohkem kui Venemaa valitsus?”

Analüüsitud EPL artiklites tuvastati üks ambivalentne näide ehk 1,4%:

21.septembril ilmunud Toivo Tänavsuu artikkel „Edgar Savisaar: ootame oksjoni tulemused ära”,

- “Oma 8. septembri kirjas Gunnar Okile ja Urmas Sõõrumaale sisuliselt nõudsite, et põlevkiviõli hind peaks kujunema mitte vastavalt nõudlusele ja pakkumisele turul, vaid lähtuvalt tootmiskuludest ja maagaasi hinnast. 15. septembri Eesti Päevalehes lükkab aga ministri nõunik Heido Vitsur ümber väited, nagu püüaks minister Savisaar sekkuda põlevkiviõli hinnakujundusse. Miks ministeerium valetab?”

- “Kas ministri sekkumine põlevkiviõli hinnakujundusse on seotud lähenevate valimistega?”

Siin on kasutanud ajakirjanik agressiivset ning ründavat hoiakut, kuid järgmises näites on ajakirjanik kaastundlik ning asunud Savisaare poolele:

- “Miks ei ole Eesti Energia suutnud teie korduvatele palvetele vaatamata eelnimetatud hinnakujundust välja töötada?”

Nendes artiklistes, kus esinesid kõneisikutena ametnikud ja spetsialistid, esitati info neutraalsel toonil ehk 81,6% kõikidest artiklistest. Näide Eesti Päevalehes 19. septembril ilmunud artiklist „Uuring näitas inimeste leiget huvi valimiste vastu”:

Uuringufirma sotsioloog Jaanika Hämmal sõnas, et valimisaktiivsuse näitaja on tänavu märksa madalam kui 2002. aastal samal ajal enne kohalikke valimisi - toona jäi prognoositav valimisaktiivsus 51-53 protsendi vahele ja tabas täkkesse, sest valimas käis 52,5 protsenti valimisõiguslikest kodanikest.

«Kui tavatingimustes valimisaktiivsus ilmselt enam hüppeliselt ei kasvaks, on seekord lõpptulemust keerulisem ennustada just seoses e-valimistega,» selgitas Hämmal, «õhku jääb küsimus, kas elektroonilise hääletamise võimalus tõstab valimisaktiivsust noorte seas, kes muidu on tavapäraselt passiivsemad.»

NYTi ja EPLi ajakirjanike poolt kasutatav väljendusstiil analüüsitud artiklites on enamasti neutraalne. EPLis 81,6% ja NYTis 90%.

NYT esines kahel korral positiivne ja negatiivne stiilinäide ehk 2,7%. Ambivalentseid näiteid NYTis ei esinenud.

EPLis on, aga ajakirjanikud kasutavad neljal korral negatiivset väljendust ehk 5,6%, positiivseid näiteid ei tuvastatud ühelgi korral. Kuid esines üks ambivalentne näide ehk 1,4%, kus ajakirjanik väljendas Edgar Savisaare suhtes nii positiivset kui negatiivset hoiakut.

Ajakirjanik ei peaks avaldatavates tekstides väljendama oma hoiakuid ja suhtumist konkreetse teemasse või isikusse, mida NYTi ja EPLi žurnalistid enamasti ka tegid. Kuid siiski tuvastati mõningaid juhtumeid, kus ajakirjanik mõjutab auditoriumi suhtumist isiklike hoiakutega.

Eetiline ajakirjanik on vahendaja, mitte mõjutaja (vt Allikad, lk 230-231) (Hennoste 324).

4. Diskussioon ja järeldused

4.1 Diskussioon

Kohalike valimiste representatsiooni võrdluses päevalehtedes New York Times ja Eesti Päevaleht ilmnemise olulised erinevused uudis-sündmuste valikul ja esituses.

New York Times andis valimis-eelsel perioodil lugejatele mitmekesist informatsiooni seoses eelseisvate valimiste ja kandidaatidega. Tutvustati kandidaatide tausta, esitati kandidaatide seisukohti erinevates poliitilistes küsimustes ning kajastati aktiivselt kandidaatide poliitilist tegevust valimiskampaania jooksul.

Samuti olid New York Timesi artiklid mahukad vaadeldud perioodil, käsitledes põhjalikult konkreetset uudissündmust. Ühes uudises kasutati piisavalt allikaid, et selle esitatud informatsioon mõjuks lugejale adekvaatse ja usaldusväärse. Enamus artiklid NYTis aastal 2001 septembris, olid kirjutatud väljaande ajakirjaniku poolt ning muude meediakanalite (ajalehed, ajakirjad, TV ja raadio) materjali ja artiklite kasutamist esines vaid mõnel korral.

Eesti Päevalehes oli valimiseelsel perioodil septembris 2005 sündmuste esituse fookus ühel kindlal teemal, mis on Edgar Savisaare Keila – Joa suvila ostu-müügi protsessi ja sellega seonduvate faktide kajastamine. Antud teema puhul oli vaadeldud perioodil väljaande oma reporterite töö osa mahukaim. Ühe temaatilise artikli puhul oli võimalik tuvastada mitut väljaande autorit ning ühe kinnisvara juhtumit kajastava uudise oli koostanud kolm väljaande autorit. Muude teemade esitusel analüüsitud perioodil kasutas EPL enamasti muid allikaid ehk ligi pooltes kodeeritud artiklites kasutati muude meediakanalite (ajalehed, ajakirjad ja TV) materjalide esitust.

Eesti Päevaleht üritab täita ajakirjanduslikku valvekoera rolli, arvestades Savisaare kinnisvara tehingute kajastamist, kuid valimiseelsel perioodil pole see tasakaalus valimiste ja kandidaatidega seotud informatsiooni esitusega, millel võime eeldada teatud lugeja ootust enne valiku langetamist hääletamiseks.

Kuigi New York Timesis on valimiseelne teemade kajastus aastal 2001 tugev, võib siiski täheldada, et sarnaselt Eesti Päevalehe Savisaare kinnisvara tehingu kajastamisele, on ajakirjainad fokuseerunud peale 11. septembrit Giuliani tagasivalimise ja valitsusaja pikendamise temaatikale, kuna mõlema riigi puhul on üks sündmus kätte mänginud suure infovoo, mida on võimalik kerge vaevaga nüanside lisades uuesti produtseerida ja avaldada.

Sarnasusi ning ühiseid tendentse võime leida New York City 2001.a. ja Tallinna 2005.a. kohalikes valimistes, kui võrrelda valimiste tulemusi. Valimistel saavutasid edu kandidaadid, kes kasutasid intensiivselt valimisreklaami ning olid samuti seotud skandaalsete sündmustega.

New York Timesi artiklite kodeerimisel tuli selgelt välja, et linnapeakandidaadid, kellel oli vähem finantsilisi võimalusi tekitasid analüüsitud ühe kuu jooksul sagedasti uudissündmusi, rääkides võimalikest reformidest tulevase linnapea rollis ning esitades aktiivselt oma poliitilisi seisukohti. Aastal 2001 valiti New York City linnapeaks Micheal Bloomberg, kes osales kandidaatide vahelistes diskussioonides vähim võrreldes konkurentidega. Mitmetest artiklitest selgus, et Bloombergil olid parimad rahalised võimalused väli-reklaamkampaaniate ning eriti TV-reklaamide esituseks.

Ojito, M. kirjutab NYTis 8. septembril 2001 artiklis “Badillo kampaania ütleb lahti fondidest”, et Badillo loodab TV ning raadioreklaamile kulutada 400 000 dollarit kui tema konkurent Michael Bloomberg on kogu valimiskampaaniale kulutanud rohkem kui 20 millionit dollarit, enamus sellest on kulunud TV reklaamidele. NYC linnapea kandidaat aastal 2001 Fernando Ferrer, kelle valimiskampaania eelarve oli võrreldes teiste kandidaatidega väikseim, kommunikeeris kandidaatidega e-kirja teel ning telefonitsi.

Näiteks Butler ja Ranney (1992), identifitseerivad hulgaliselt praktikat, kaasa arvatud arvutite, faksi ja otseposti kasutamist, mis pärineb USAst, kuid mis on praegu kasutusel laialdaselt väljaspool Ameerikat (Negrine kaudu 1996: 149).

Samuti näitab ehedalt Ameerika kohalike valimiste kommertslikust sagedane sõna *race* (võidujooks, võidusõit, võidu jooksmine) kasutus artiklite pealkirjades. See näitab, et Ühendriikide auditoorium on orienteeritud valimiste võidujooksu momendile.

Kendalli väitel on teledebatid väga olulised, sest neid vaatavad miljonid ameeriklased. Veelgi rohkem inimesi jälgib teledebattide kommentaare teleuudistes, samuti teistes meediakanalites, kusjuures debattide sisust palju rohkem tähelepanu pööratakse kandidaatide isikutele ja nn. võidujooksu aspektile ehk „Kes võitis?” (Saarna - Siimanni kaudu 2005: 27).

Ameerikalikku tendentsi võime näha 2005 kohalikel valimistel Tallinnas, kuna edu saavutas valimistel majandusminister Edgar Savisaar, kes ei esinenud enim kordi kõneisikuna, kes oli oma väidetes enim manipuleeriv ning, kes kasutas tegelikkuse moonutamist seoses lindiskanaali ning Keila-Joa suvila müügitehinguga. Küll, aga olid Keskerakonna väli- ja TV-reklaamid intensiivsed. Samuti on Keskerakond segatud skandaalsesse K-kohukese reklaamkampaaniasse.

Sarnaselt ei esinenud New Yorgis kohalikel valimistel edu saavutanud Michael Bloomberg enim kordi kõneisikuna ning tema kandidatuurile lisas skandaalimaiku 11 aastat tagasi kingitud satiirikogumiku avastamine. Korduvalt mainiti septembris ilmunud artiklites, et Bloombergil on kõige rohkem rahalisi võimalusi reklaamkampaania jaoks, summa mida ta kulutas kogu valimiskampaaniale ületas 20 miljonit USA dollarit, enamus sellest kulus TV-reklaamide avaldamiseks. Varasemates uurimustes on viidatud, et valimiste ajal jälgivad ameeriklased meediakanalitest enim televisiooni.

Saarna-Siimann toob oma magistritöös välja Pasti seisukoha:

Oluline osa USA valimiskampaanias on televisioonil, mis muutus kiiresti meelelahutusest turunduse vahendiks. Televisioon muutis sõnumis pildi oluliseks. Müüdavatest toodetest hakati kõnelema visuaalse terminiga “Imago”. Imago muutus oluliseks iga kauba juures” (Saarna-Siimanni kaudu 2005: 26).

Seega töö uurimistulemusi võrreldes võime täheldada Eestis Tallinna kohalike valimiste valimiskampaaniates 2005. aastal teatud amerikaniseerumise ülekande mõju, mis vajab täiendavaid uurimusi.

4.2 Järeldused

Järgnevalt annab töö autor kokkuvõtliku ülevaate uurimistöös sisuanalüüsi tulemustest.

New York Timesis olid enamus artiklite autoriteks väljaande ajakirjanikud, keda oli võimalik tuvastada praktiliselt kõikide analüüsitud artiklite puhul. Kui artiklil puudus autor, oli siiski võimalik tuvastada artikli allikas. NYTis avaldati analüüsitud valimiseelsel perioodil väljaandes kahel korral toimetuse pöördumine.

Eesti Päevalehes polnud võimalik peaaegu pooltel kordadel tuvastada artikli autorit ehk 25% artiklitel. 5,6% artiklitest ei olnud võimalik tuvastada artikli autorit ega allikat. 231 korral ehk 32,4% esines viitamist teistele väljaannetele.

71st artiklist on 24 korral ehk 33,8% artikli autori(te)na võimalik tuvastada Eesti Päevalehe ajakirjanikke. Kahel korral ehk 2,81% oli artiklite autoriteks poliitik.

New York Times Online 72st analüüsitud artiklist 2s ehk 2,7% oli info esindatud vahendatud allikate põhjal.

Eesti Päevalehes esines 23s artiklis viitamisi teistele väljaannetele ehk 32,4% analüüsitud EPL tekstidest esitati vahendatud allikate põhjal. Vahendatud allikate kasutamisel täheldas töö autor, et sageli puudus korrektne viitamine.

Kahe väljaande artiklite mahus esines suur erinevus, NYT kõikide artiklite tähemärkide arv (478 380) kogusummas ületas EPL tähemärkide kogusumma arvu (166 836) praktiliselt kolmekordselt. NYT ühe artikli keskmine tähemärkide arv on 6644 ning EPLis on see 2349.

EPLis tähmärkide arvu skaala tõusis haripunkti majandus ja kommunikatsiooni ministri kinnisvara tehingute kajastamisel ning NYTis olid mahukad TV-debattide kajastamised.

Sündmuste valikul ja presentatsioonil pakkusid Eesti Päevalehe *online* väljaandes 2005. aasta septembrikuu jooksul enim kõneainet majandusminister ja Keskerakonna juhtfiguuri Edgar Savisaare kinnisvara tehingud. Edgar Savisaare Keila – Joa suvila ostu-müügi tehing oli 71st artiklist 19s ehk 26,76% keskseks teemaks.

New York Times online väljaandes oli valimiseelne teemadering mitmekesine ning andis ülevaatliku pildi toimunud poliitilistest sündmustest ühe kuu jooksul. Üldistes valimiseelsetes teemades tutvustati kandidaate, räägiti nende visioonist tulevase linnapea ametipostil, detailselt kajastati kampaaniate käigus toimunud ringkäike linnas ning esitati kandidaatide vahelisi debatte. Natuke üle poolte ehk 39 artiklit rääkisid üldistest valimistega seotud teemadest ehk 54%. Tähemärkide protsent antud teemal on 45,5. Kampaaniate rahastamisest räägiti 5s artiklis ehk 6,9% ning tähemärkide protsent on 8. Kandidaatide platvormi ehk nende poliitilisi seisukohti esitati 29% ehk 21s artiklis ning tähemärke on teemal 36,4% Ning vaatlusaluse perioodi lõpus räägiti Giuliani tagasivalimisest 7s artiklis ehk 9,7% ja tähemärke oli teemal 9,9%

Põhitegelased, kelle hääl kõneles enim, esines NYTis enim otsekõnega Ferrer 19%, Green 18% ning võrdselt kolmandal kohal asuvad Bloomberg, Badillo ja Vallone 15%ga. Kaudkõnet esitati enim järgmiste kandidaatide hulgas: Green 15%, Bloomberg 13,8% ning Ferrer 12,5%.

Analüüsi tulemusel on peamine kõneisik Green ning talle järgneb valimistel edu saavutanud Bloomberg.

EPLis esinesid enim otsekõnega võrdselt Andrus Ansip ja Edgar Savisaar 12,6% ning järgmisena Tõnis Palts 4%. Kaudkõnega esinesid enim Andrus Ansip 15%, Edgar Savisaar 12,6%, Tõnis Palts 5,6%.

EPLi peamiseks kõneisikuks oli Andrus Ansip ning talle järgnes Edgar Savisaar.

Kõneisikute demagoogiavõtetes kasutati NYTis enim *Argumentum ad hominem* (inimesest lähtuv argument) 61%, emotsionaalset mõjutamist 16,6% ning *Argumentum ad populum* (enamusele apelleerimine) 9,7%.

EPLis kasutati enim emotsionaalset mõjutamist 26,7%, *Argumentum ad hominem* (inimesest lähtuv argument) 22,5% ning *Argumentum ad populum* (enamusele apelleerimine) 15%.

NYTis kasutati enim *Argumentum ad hominem* (inimesest lähtuv argument) ja EPLis kasutati enim emotsionaalset mõjutamist.

Stiil ehk tonaalsus, mida fookusisikust või sündmusest kõnelemisel kasutati, oli NYTis domineeriv neutraalne stiil ehk 90%. Negatiivset ja positiivset stiili kasutati võrdne arvkorde ehk 2,7%. Ambivalentseid näiteid ei esinenud.

EPLis kasutati samuti enim fookusisikust kõnelemisel neutraalset stiili ehk 81,6%, siis kasutati negatiivset stiili, mis esines 5,6% ning esines ka üks abivalentne näide ehk 1,4%.

Mõlema väljaande puhul kasutati enim neutraalset tooni.

5. Kokkuvõte

Käesoleva uurimustöö eesmärgiks on selgitada kas Ameerika Ühendriikide ja Eesti poliitilises kommunikatsioonis esineb sarnasusi ja ühiseid tendentse.

Esimene hüpotees „Ühendriikide valimiseelsetes meediatekstides esitatakse rohkem kandidaatide isikuomadusi kui platvormi kui Eesti valimiseelsetes meediatekstides, kirjeldades kampaania sündmusi” ei leidnud kinnitust. New York Timesis edastati septembris 2001, valimiseelsel perioodil mitmekülgset informatsiooni seoses linnapea kandidaatidega.

Kandidaate tutvustati põhjalikult, räägiti nende visioonist tulevase linnapea ametipostil,

kõik kandidaadid esitasid oma poliitilisi seisukohti seoses seaduste muutmiste ja muude aktuaalsete teemadega. Detailselt kajastati kampaaniate käigus toimunud kandidaatide ringkäike linnas ning esitati kandidaatide vahelisi debatte.

Eesti Päevalehes jäi, aga teemadering kesiseks valimiseelsel perioodil. Tugevas ülekaalus oli Edgar Savisaare kinnisvara tehingu kajastamine. Eesti Päevalehest tuvastati septembrikuu jooksul artikleid, kus mainiti valimistega seotud kandidaate/erakondi, kuid teema millest räägiti ei kõnelenud niivõrd kandidaatide tutvustusest ning poliitilistest seisukohtadest ja visioonist vaid pigem andis nende seisukohad seoses valimiseelsete (uudis)sündmustega.

Lisaks kitsale teemderingile Eesti Päevalehes võib väljaande miinustena vaadeldud perioodil võrdluses New York Timesiga nimetada veel rohke teiste meediakanalite materjalide kasutuse ehk väljaande ajakirjanike passiivse osalemise valimiseelsete sündmuste kajastamisel. Kui NYT käsitles valimiseelseid teemasid artiklites põhjalikult, kasutades piisavalt allikaid, jäid EPL artiklid pealiskaudseks ja lühidaks ning allikate kasutamine oli ebapiisav, et tagada uudise usaldusväärsus.

Samuti ei leidnud kinnitust teine hüpotees ehk „Nii Ameerika Ühendriikide kui Eestis valimis-eelsetes meediatekstides esitatud enim kordi erakond ja/või kandidaat

saavutas valimistel edu”. Kõneisikutena esines NYTis enim kordi Mark Green ning EPLis Andrus Ansip, kuid valimistel saavutasid edu vastavalt Micheal Bloomberg ja Edgar Savisaar.

Uurimistöö andis huvitava analüüsi tulemuse arvestades New York Citys vaadeldud valimiseelset perioodi, aasta 2001 september, kui linnas sooritati terroriakt. Analüüsi tulemused, et valimiste kandidaadid olid aktiivsed ka sellist traagilist juhtumit enda kasuks pöörama. Peale terroriakti kasutasid kandidaadid sagedasti emotsionaalset mõjutamist oma kõnedes. Ajakirjanike käitumises võis täheldada liigset keskendumist Giuliani valitsemisaja perioodi pikendamisele, erinevad artiklid, mis teemat kajastasid ei andnud uut olulist infot.

Uurimustöö käigus püüti selgitada, kas Eesti poliitilises kommunikatsioonis ilmneb amerikaniseerumise tunnuseid. 2005.a. võitis kohalikud valimised Tallinnas Edgar Savisaar, kelle erakonna kampaania eelarve oli suurimaid, intensiivselt kasutati TV- ja välireklaami, kes ei esinenud valimiseelset perioodil aktiivselt platvormi kirjeldamisega ning kes oli segatud nii kinnisvara- kui reklaamkampaaniaga seotud skandaali.

New Yorgis võitis 2001.a. valimised Michael Bloomberg, kelle valimiskampaania eelarve ületas tugevalt konkurentide oma, ning kes kasutas eriti intensiivselt TV-reklaami. Samuti ei esinenud Bloomberg kõige aktiivsema kandidaadina esitamaks oma poliitilisi seisukohti ning oli seotud 11 aastat tagasi kingitud satiirikogumiku avastamise tõttu skandaaliga.

Intensiivne valimiskampaania, eriti TV kasutus, isiksuse esiletõstmine platvormi asemel ning skandaali otsimine valimisperioodil on alguse saanud Ameerika Ühendriikidest. Antud juhtumi analüüsi tulemusel tuvastati nimetatud võtteid Eesti valimiskampaanias, seega esineb USA ja Eesti poliitilises kommunikatsioonis sarnasusi ja ühiseid tendentse. Ning ühtlasi tuvastati Eesti poliitilises kommunikatsioonis amerikaniseerumise tunnuseid.

6. Summary

The aim of current bachelor thesis “The representation of local election in daily newspapers in comparison of New York City with Tallinn” is to clarify do appear in United States of America and in Estonian political communication similarities and common tendencies.

The first hypothesis “In the media texts of the preliminary election period in United States are candidates personalities represented more than platform in Estonian preliminary election period, describing events of campaign”, did not find an affirmation.

The New York Times published in September 2001 of the pre-election period variety information in relation to candidates of mayor.

Candidates were introduced thoroughly, describing their vision as a future mayor, all candidates gave their political viewpoints in relation to changing laws and to other actual issues. Detailed reflection was given about the city tours of candidates and TV-debates were represented.

But in Eesti Päevaleht was the circle of topics narrow during the preliminary election period. Reflection Edgar Savisaar’s business transaction of real estate was in the strong prevalence. In Eesti Päevaleht were identified during September articles, where was mentioned candidates or parties in relation to elections, but the topic which was discussed did not talk as much about candidates introduction, their political viewpoints and vision, but rather gave their viewpoints in relation to pre-election (news)events.

In addition to the narrow circle of topics in Eesti Päevaleht the other minuses of the Päevaleht during observed period in comparison with the New York Times are abundant usage of other media channel’s materials. The journalists of Eesti Päevaleht were passive in participation of reflecting the preliminary election events. When NYT expanded upon the preliminary election events thoroughly, using variety of sources,

the articles of EPL remained superficial and brief and the usage of sources was insufficient to provide reliability of a news.

As well did not find the affirmation the second hypothesis “As in the United States of America as in Estonian pre-election media texts most times presented party and/or candidate did succeed in elections”. In New York Times did appear Mark Green most of the times as the main speaker and in Eesti Päevaleht did Andrus Ansip, but in the elections did succeed accordingly Michael Bloomberg and Edgar Savisaar.

The research gave an interesting result considering the period observed in New York City, when the terrorism attack was committed. The results of analysis revealed that candidates of elections were active to benefit even such of a tragic case. After the attack candidates did use often emotional influencing in their speeches. In the behavior of journalists could observe superfluous concentration to the Giuliani’s governing term extension, various articles, which reflected the topic did not give new and significant information.

During the research of thesis author tried to clarify, do appear in Estonian political communication the features of americanization. In the year of 2005 won local election in Tallinn Edgar Savisaar, whose party’s campaign budget was one of the biggest, intensively were used TV- and outdoor advertisements. Savisaar did not present actively during pre-election period his platform and was involved in the real estate and in the advertisement campaign scandals.

In New York City won local elections in 2001 Michael Bloomberg, whose election campaign budget exceeded strongly competitors expenditures and he used particularly intensively TV-advertisement. As well Bloomberg was not the most active candidate representing his political viewpoints and he was involved in the scandal in relation to the satirical book given him as a gift 11 years ago.

Intensive election campaign, particularly usage of TV, representing personality instead of platform and seeking a scandal during election period are the methods which have originated from the United States of America. As a consequence of the

current thesis research have forenamed methods identified in Estonian election campaign, thus the USA and Estonian political communication presents similar and common tendencies. And as well was identified in Estonian political communication the features of americanization.

7. Kasutatud kirjandus

Negrine, R., (1996). The Communication of Politics. SAGE Publications Ltd, London, Thousand Oaks, New Delhi

Hall, S., (1999) Representation: Cultural Representations and Signifying Practises. London (etc.): Sage Publications Ltd in association with the Open University

Vihalemm, P., (2002) Baltic Media in Transition, Tartu University Press

Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R. ja Newbold, C., (1998). Mass Communication Research Methods. Published by PALGRAVE, New York

Esser, F., ja Pfetsch, B., (2004). Comparing Political Communication, Theories, Cases and Challenges. Cambridge University Press

McNair, B., (1999). An introduction to political communication. London; New York: Routledge

Harro, H., (2001). Changing Journalistic Conventions in the Press, Empirical studies on daily newspapers under different political conditions in 20th century Estonia. Faculty of Arts University of Oslo

Hennoste, T., (2001). Uudise käsiraamat. Tartu Ülikooli Kirjastus

Aava, K. (2003). Veenmiskunst. Avita

Pullerits, P. (2003). USA ajakirjandus: kõmukuningatest meediamagnaatideni. Tartu Ülikooli Kirjastus

Pullerits, P. (1997). Ajakirjanduse põhizanrid. Tartu Ülikooli Kirjastus

Kamarik, T., (2006) Ülevaade Eesti Päevalehest. E-kirjavaheetus. 12. mai

Eesti Meediauuring, (2006). Eesti Päevalehe lugejauuringu perioodil 24.04 – 05.05.2006. 05.mai

Raudsaar, M. (2000). Political News by major Estonian Dailies. Käsikirjaline magistritöö, Oslo

Saarna-Siimann, M., (2005). Presidendikandidaatide representatsioon 2001. aasta trükimeedias ja nende imago valijameeste hulgas. Käsikirjaline magistritöö. Ajakirjanduse ja Kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu

Interneti allikad

Eesti Päevalehe kodeeritud artiklid

www.epl.ee. Vaadatud november, 2005 kuni mai, 2006

New York Timesi kodeeritud artiklid

www.nyt.com. Vaadatud november, 2005 kuni mai, 2006

Ülevaade valimistest 2005 Tallinas ja Eestis

Keskerakond sai Tallinna volikogus enamuse.

http://www.epl.ee/artikkel_303027.html. Vaadatud aprill, 2006

Ülevaade valimistest 2005 Tallinas ja Eestis

Tallinna linnavolikogusse valiti 21 riigikogu liiget.

http://www.epl.ee/artikkel_303119.html. Vaadatud aprill, 2006.

Ülevaade valimistest 2001 New Yorgis

Nagourney, A. Bloombergi eelistati linnapea võiduajamises; McGreevey sai kerge võidu New Jersey-s.

<http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F60C16F73B5D0C748CDDA80994D9404482>. Vaadatud märts, 2006.

Kohalike valimiste kampaaniate eelarved Tallinnas 2005

Kass, M. Valimiskampaaniad maksavad 40 miljonit.

<http://www.sloleht.ee/2005/08/23/uudised/179508/>. Vaadatud mai, 2006.

Eesti ajalehtede tiraazid

www.eall.ee. Vaadatud märts, 2006.

Kohalike valimiste tulemused Tallinnas 2005

<http://www.vvk.ee/k05/tulemus/122000000.html>. Vaadatud märts, 2006.

Eesti kohaliku omavalitsuse volikogu valimise seaduse väljavõte

<https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=900654>. Vaadatud märts, 2006.

Eesti reklaamiseaduse väljavõte

<https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=887049>. Vaadatud märts, 2006.

NYC kohalike valimiste seaduse väljavõte

<http://caselaw.lp.findlaw.com/nycodes/c31/a1.html>. Vaadatud aprill, 2006.

NYC kohalike valimiste seaduse väljavõte kampaaniate sissetulekud ja rahastamine

<http://caselaw.lp.findlaw.com/nycodes/c31/a43.html>. Vaadatud aprill, 2006.

USA ajalehtede tiraazid

<http://www.infoplease.com/ipea/A0004420.html>. Vaadatud aprill, 2006.

Faktid New York Timesi kohta 2005

<http://www.nytc.com/pdf/didyouknow.pdf>. Vaadatud mai, 2006.

New York Times lugeja uuringud

<http://www.nytimes.com/marketing/adinfo/audience/audienceprofile.html#survey>.

Vaadatud mai, 2006.

New York City linnapea valimistulemuste tabel aastal 2001

<http://caselaw.lp.findlaw.com/nycodes/c31/a1.html>. Vaadatud mai, 2006.

Lisad

Lisa 1. NYT analüüsitud artiklite nimistu

- 1. 01.09. Lipton, E., Bloomergi väljaminekud ja loendamine ulatub 20. miljoni dollarini**
- 2. 01.09. Lipton, E., ja Cooper, M., Hevesi kaitses**
- 3. 01.09. Kandidaadid räägivad vabariiklastest, samamoodi nagu üksteisest**
- 4. 01.09. Murphy, D., G.O.P. debatt on muutumas tõenduste lähinguväljaks**
- 5. 02.09. Peamine valik: Mark Green**
- 6. 03.09. Ojito, M., Badillo võitleb võimaluste vastu viimaste päevade mäkketõusul**
- 7. 03.09. Steinhauer, J. ja Cooper, M., Valimiste lõpu eel hõivavad kandidaadid basseini ja kirikupingid**
- 8. 03.09. Dewan, S., Vaatamata tugevale Aasia piirkonnale, on Hiina-Ameerika kandidaadid isoleeritud**
- 9. 03.09. Perez-Pena, R., Linnapea kandidaatide arusaam varieerub Albani meetoditest**
- 10. 03.09. Hicks, J., Rivaalid kurameerivad mustade valijatega, et tugevdada Bronksi kampaaniat**
- 11. 04.09. Gourney, A. ja Filkins, D., Ferrer ründab Greeni liitu Brattoniga**

- 12. 04.09. Greenhouse, S., Jagatud Valge Maja linnapea võidujooksus: igal demokraadil on ühe liidu toetus**
- 13. 04.09. Sengupta, S., Vallone kiindumus Giulianisse on üks osa strateegiast võita endale amet**
- 14. 05.09. Drew, C., Valijatekogu üritab vältida loiult kaost**
- 15. 05.09. Hicks, P., Vabariiklaste mõrudad sõnad lendavad Staten Islandi linnaosa vanema võidu ajamisse**
- 16. 05.09. Flynn, K., Rivaalid himustavad Giuliani kriminaalset minevikku, mitte tema abinõusid**
- 17. 06.09. Võidujooks linnavalitsusse: hääletamine**
- 18. 06.09. Greenhouse, S., Võidujooks linnavalitsusse: Liidu juht**
- 19. 06.09. Lipton, E., Linnapea hoiatab, et maksude tõstmine läheb maksma töökohti**
- 20. 07.09. Steinhauer, J., Green ütleb, et tema initsiatiivil lükati volikogu ja linnapea valimised tegevusse**
- 21. 07.09. Tierney, J., Kampaaniates pole ühtegi piiksu müra teemal**
- 22. 07.09. Sengupta, S., Flushingis on võimalus ajalugu teha**
- 23. 08.09. Ojito, M., Badillo kampaania eitab fondide sobivust**
- 24. 08.09. Murphy, D., Bloombergi heategevus toimib kampaanias kahel viisil**

25. 08.09. Cooper, M., Hevesi on süütaks tunnistatud altkäemaksu võtmises, kuid kaotas võitluse kampaania finantseerimis juhatusega
26. 08.09. Murphy, D., Küsimus kerkis Bloombergile 1990 a. kingitud satiirikogumiku kohta
27. 09.09. Randolph, E., Suur valimine linnas: 8 milljonit *newyorklast* ja 400 kandidaati
28. 09.09. Hicks, J., Üks poeg ja kuus teist otsivad nõuniku kohta
29. 09.09. Lipton, E., Kanindidaadid valivad, kas rattal pöörlemise või käega löömise
30. 09.09. Lambert, B., Üksmeel valitseb rohkemate elukohtade vajaduse järgi, kui ideed kuidas neid saada on erinevad
31. 09.09. Nagourney, A., Linnapea valimiste võiduajamises jooksevad demokraadid üha tempokamalt valimiste poole
32. 09.09. Hicks, J., Viis erinevat ümbruskonda testivad kampaaniate strateegiaid
33. 10.09. Majanduse tulevikku ja meedia kõmu vastamisi seades
34. 10.09. Ferreri jaoks on blokk raske koht
35. 10.09. Topelt-päises debattis räägivad poliitikud koolide finantseerimisest ja rassismist/Linnapeavalimiste kampaania
36. 10.09. Murphy, D., Naljaraamat tõestab, et Bloomberg on sobimatu, ütleb Badillo debatil
37. 10.09. Herbert, B., Tõelised asjaolud on hämarad

- 38. 10.09. Goodnough, A., Haridus, külluslikud plaanid, palju hoiatusi**
- 39. 10.09. Nagourney, A., Vallone hindab, et Ferreri kampaania polariseerib linna**
- 40. 11.09. Dwyer, J., Hääletajad on kuulnud, et kampaania kõmin läheneb lõpule**
- 41. 11.09. Filkins, D., Linnapea kandidaadid otsivad läbi linna viimaseid hääli**
- 42. 11.09. Steinhauer, J., Linnapea kandidaadid otsivad läbi linna viimaseid hääli**
- 43. 11.09. Murphy, D., Linnapea kandidaadid otsivad läbi linna viimaseid hääli**
- 44. 11.09. Sengupta, S., Linnapea kandidaadid otsivad läbi linna viimaseid hääli**
- 45. 13.09. Purnick, J., Kriisis, Giuliani, keda me soovisime**
- 46. 13.09. Perez on demokraatilises võidus kui Hartfordis jätkub hääletamine**
- 47. 13.09. Pahased hääled linnapea valimistel**
- 48. 14.09. Hetke linnapea**
- 49. 20.09. Steinhauer, J., Kriisis ujutab Giuliani populaarsus linna üle**
- 50. 20.09. Egan, T., Hääletajad lükkavad Seattle linnapea peale ühte valitsusaega tagasi**
- 51. 20.09. Cardwell, D., Küsimused on enne valimisi silmitsi valimiskoguga**

- 52. 22.09. Nagourney, A. Jälle Giuliani? Kirjutage ta sisse, soovitab Pataki**
- 53. 22.09. Haberman, C., Kindlustage demokraatiat nüüd ja praegu**
- 54. 22.09. Valijaid ärgitamas**
- 55. 24.09. Steinhauer, J., Giuliani võib üritada ameti säilitamist detsembris
peale tähtaja möödumist**
- 56. 24.09. Purnick, J., Nagu elu läheb ka hääletamine edasi**
- 57. 24.09. Nagourney, A., Kandidaatide pealekäimine muudab hääletajate
käitumise põlgavaks**
- 58. 24.09. Õige aeg rääkimiseks**
- 59. 26.09. Steinhauer, J., Poliitilisest varjust lava keskele, Giuliani From
Political Shadows to Center Stage, Giuliani jääb karakteri juurde**
- 60. 26.09. Purnick, J., Jälle Giuliani?**
- 61. 26.09. Häiritud valimised**
- 62. 27.09. Murphy, D., Bloomberg tõstab oma profiili ja lubab uusi
strateegiaid**
- 63. 27.09. Cooper, M., Ferrer ja Green jagavad rivaalide hüvesid**
- 64. 27.09. Nagourney, A., Ferrer valik: näidata uhkust või võtta kõik omaks**
- 65. 27.09. Steinhauer, J., ja Cooper, M.,Giuliani uurib ametiaja pikendus
kahe või kolme kuu võrra**

- 66. 27.09. Mollenkopf, J., Juhtimine haavatud linnale**
- 67. 27.09. Haberman, C., Elu läheb edasi, ja eksistents peab olema tagatud**
- 68. 27.09. Herbert, B., Poliitika tagasitulek**
- 69. 28.09. Barry, D., Giuliani surub aega, kaks kolmest kandidaadist ütlevad jah**
- 70. 29.09. Nagourney, A. Jälle, demokraadid leiavad, et Giuliani on valimiste keskmes**
- 71. 29.09. Steinhauer, J. Ja McKineley J., Pikenduse äraütlemine vajab suurt mõtlemist**
- 72. 30.09. Gourney, A. ja Filkins, D., Green halvustab Ferreri vaateid kriisis linnale**

Lisa 2. EPLO analüüsitud artiklite nimistu

- 1. 01.09. Riigikohus tunnistas e-valimiste põhiseaduslikkust**
- 2. 01.09. Ansip ja Lang toetavad politseiameti likvideerimist**
- 3. 01.09. Respublikaan jagab koolilastele oma pildiga päevikuid**
- 4. 02.09. Jaanus Rahumägi astus Reformierakonda**
- 5. 05.09. Valimistel osaleb 187 valimisliitu**
- 6. 05.09. Juhan Kivirähk: Res Publica muutub Reformierakonna klooniks**

- 7. 06.09. Jõks: poliitilise välireklaami piiranguid tuleb muuta**
- 8. 06.09. Ada Lundver liitus Keskerakonnaga**
- 9. 06.09. Feldmanis, A., Eksliider Taagepera lahkus Res Publicast**
- 10. 07.09. Keskerakonna populaarsus kukkus augustis**
- 11. 07.09. Ajaleht: Savisaar sai miljonikrundi 500 000 krooniga**
- 12. 07.09. Ansip: valitsus jõuluvanaks ei hakka**
- 13. 07.09. Rahvaliit nõuab krooni euroga asendamiseks rahvahääletust**
- 14. 07.09. Simson, P., Võimuliitude sisepinged paisusid valimiste lähenedes solvanguteks**
- 15. 08.09. Feldmanis, A. ja Laev, S., Kruuda: suvilate hinda kahandavad ranged ehitusnõuded**
- 16. 08.09. Riik maksab majandusraskustes omavalitsustele 50 miljonit krooni**
- 17. 09.09. Tarand, K., Valimisstuudio väitlushasardis unustati tavainimene**
- 18. 09.09. Krause, H., Savisaare jõuluime taustaks on valimiseelne leping Kruudaga**
- 19. 09.09. Krause, H. ja Jõevere, K., Savisaare omaga sarnane maja müügis 3 miljoniga**
- 20. 09.09. Alas, A., Parteid püüavad hääli ministrite, lauljate ja maailmaparandajatega**
- 21. 10.09. Aasta tagasi hinnati Savisaare maja 2,5 miljonile**

- 22. 12.09. Lang: Hanschmidt teinud ja Keila-Joa suvilatemüük kahjustavad Eesti mainet**
- 23. 13.09. Enamik valimisealistest peab valimisreklaami piiramist õigeks**
- 24. 13.09. Põhiseaduskomisjon arutab välireklaami keeldu pärast valimisi**
- 25. 13.09. Suvilaafääri sattunud Savisaar päästis valla heade uudiste saju**
- 26. 14.09. Nestor: Keskerakond on Putini allorgan Eesti valitsuses**
- 27. 14.09. Savisaar: iga ostja on huvitatud odavamalt ostmisest**
- 28. 14.09. Keila-Joale ostis suvila ka Res Publica liikmete juhitud ettevõtte**
- 29. 14.09. Tartu linnapea meelitas tudengi kandideerima**
- 30. 14.09. Piirsalu, J., Tänavsuu, T. ja Jõevere, K., Odavalt saadud suvila väärtuseks hindas Savisaar 2,6 miljonit krooni**
- 31. 15.09. Palts tahab Savisaare Keila-Joa maja ära osta**
- 32. 15.09. Ansip taunis Savisaare suvilaostu**
- 33. 15.09. Savisaar: pool miljonit Keila-Joa maja eest oli õiglane hind**
- 34. 16.09. Kallas toetab Keila-Joa tehingute uurimist**
- 35. 16.09. Feldmanis, A., Ansip: ammendavat seletust tehingute asjus pole antud**
- 36. 16.09. Kalamees, K., Reiljan soovib Nestoril sotside read üle lugeda**

- 37. 16.09. Tarand, K., Teine “Valimisstuudio” – asitõend seaduse muutmiseks**
- 38. 17.09. Eksperdid: Savisaare krunt Keila-Joal maksab 3 miljonit**
- 39. 17.09. Tänavsuu, T., Savisaar lahendab Vene kaevurite sotsiaalmuresid**
- 40. 17.09. Kalamees, K. Reformierakond: kolmteist aastat vana
saadikupuutumatus on meelete**
- 41. 17.09. Savisaar laseb oma firmale kuuluva Keila-Joa suvila ära hinnata**
- 42. 19.09. Inimesed taunivad Savisaare majaostu ja Hanschmidti tehinguid**
- 43. 19.09. Uuring näitas inimeste leiget huvi valimiste vastu**
- 44. 20.09. Tänavsuu, T., Edgar Savisaar: koostöö venelastega on vajalik**
- 45. 21.09. Ansip kaitses riigikogus Savisaare-Putini pakti**
- 46. 21.09. Palts: vaid osa võimalikest dividendidest on kulunud**
- 47. 21.09. Isamaaliit soovib 22. septembrit kuulutada Tiefi valitsuse
mälestuspäevaks**
- 48. 21.09. Piirsalu, J., SIA skandaali neli patust – täna kõvemad kui 10 aastat
tagasi**
- 49. 21.09. Keskerakond pisendab taas maride probleeme**
- 50. 21.09. Piirsalu, J., Meelak: paljud ihkasid kohtus näha Savisaare verd**
- 51. 21.09. Tänavsuu, T., Edgar Savisaar: ootame oksjoni tulemusd ära**
- 52. 22.09. Savisaare maaost võib olla õigustühine**

- 53. 22.09. Ansip: töötuskindlustusmakse peab langema kaks korda**
- 54. 22.09. Laev, S., Savisaare suvemaja maksis juba kaheksa aasta eest üle poole miljoni**
- 55. 23.09. Atonen: Savisaar on laevakonkursiga hiljaks jäänud**
- 56. 23.09. Feldmanis, A., Seppik õigustas Savisaare tehingut, Kägu maja hinnati 3,25 miljonile**
- 57. 23.09. Tigasson, K., Kolmas valimisstuudio oli kui üksmeelne Lääne-Eesti partei**
- 58. 24.09. Möis: Savisaare majaostul seos Kalevi majaga**
- 59. 26.09. Ansip: mõistan Jõerüüdi argumente**
- 60. 26.09. Ansip: Jõerüüdi avaldus pole kaalutletud**
- 61. 26.09. Padar ja Veskimägi kutsuvad Ansipit tagasi astuma**
- 62. 26.09. Jõerüüt esitas särgiskandaali pärast lahkumisavalduse**
- 63. 26.09. EKSPEAMINISTRITE avalik kiri peaministrile**
- 64. 26.09. Lang, R., REIN LANG: Ärge kartke, ta on juba siin**
- 65. 27.09. Laev, S., Ansip: riigikontroll võiks uurida Keila-Joa müügirotsessi**
- 66. 27.09. Reinsalu, U., URMAS REINSALU: Triiviv õigusriik, JUSTIITSMINISTER hakkas Edgar Savisaare advokaadiks**
- 67. 28.09. Vaatlejad arvustavad Ansipi otsustusvõimetust**

68. 29.09. Savisaare firmal lähedane seos Kalevi suuraktsionäriaga

69. 30.09. Savisaar palub Rüütlil tunnustada Rahvarinde loojaid

70. 30.09. Poliitikud jätkavad saadete juhtimist

71. 30.09. Tigasson, K., Neljas valimisstuudio esindas kuut eesti meest

Lisa 3. Kohalike valimiste seadus USAs

- New York State Consolidated Laws
 - Election

CHAPTER 233

AN ACT in relation to the election law, recodifying the provisions thereof, by repealing chapter seventeen of the consolidated laws and reenacting a new chapter seventeen thereof and repealing subdivision six of section forty-two of the public officers law and amending such law in relation to filling vacancies

Became a law June 1, 1976, with the approval of the Governor. Passed by a majority vote, three-fifths being present.

The People of the State of New York, represented in Senate and Assembly, do enact as follows:

CHAPTER SEVENTEEN OF THE CONSOLIDATED LAWS

ELECTION LAW

INDEX

Article 1. General Provisions

2. Party Organization

3. Election Officials

4. Proceedings Preliminary to Registration, Enrollment and

Elections

5. Registration and Enrollment of Voters
6. Designation and Nomination of Candidates
7. Election Ballot
8. Conduct of Elections
9. Canvass of Results
10. Voting by Members of Armed Forces
11. Special Presidential and Special Federal Voters and Special Ballots.
12. Presidential Electors and Federal Elected Officers
13. Annual Political Calendar
14. Campaign Receipts and Expenditures
15. Village Elections
16. Judicial Proceedings
17. Violations of the Elective Franchise

ARTICLE I

GENERAL PROVISIONS

Section 1-100. Short title.

1-102. Applicability of chapter.

1-104. Definitions.

1-106. Filing of papers; when received.

ARTICLE 2

PARTY ORGANIZATION

Section 2-100. Party committees; provision for.

2-102. State committee; creation.

2-104. County committee; creation.

2-106. State and county committees; election of members.

2-108. State and county committees; new party.

2-110. Committees other than state and county; creation.

2-112. Committees; organization.

2-114. Committees; rules of.

2-116. Committee; removal of member.

2-118. Committees; vacancies, how filled.

2-120. Party positions; to be filled at primary election, time

for filing statement as to.

2-122. National party conventions; delegates, election.

2-124. Party names and emblems; provision for.

2-126. Party funds; restrictions on expenditures.

ARTICLE 3

ELECTION OFFICIALS

TITLE I

STATEWIDE PROVISIONS

Section 3-100. New York state board of elections; membership; organization.

3-102. State board of elections; general powers and duties.

3-103. Standards for computerized record keeping.

3-104. State board of elections; enforcement powers.

3-106. Fair campaign code.

3-107. Powers and duties of the state board of elections respecting elections and crimes against the elective franchise.

3-108. Disaster; additional day for voting.

3-110. Time allowed employees to vote.

TITLE II

BOARD OF ELECTIONS

Section 3-200. Boards of elections; creation, qualifications of commissioners, removal.

3-202. Election commissioners; term of office.

3-204. Election commissioners; appointment.

3-208. Election commissioners; salaries.

3-210. Election commissioners; certificate of appointment, filing of.

3-212. Boards of elections; organization, proceedings, reports and records.

3-214. Boards of elections; general office and branches, hours.

3-216. Boards of elections; assistance to, records to be furnished it.

3-218. Subpoenas; power to issue by boards of elections.

- 3-220. Records and photostats; preservation and sale.
- 3-222. Preservation of ballots and records of voting machines.
- 3-224. Voting machines; use of by other than board of elections.

TITLE III

ELECTION PERSONNEL

Section 3-300. Board employees; appointment.

- 3-302. Voting machine technicians and custodians; appointment, duties.

TITLE IV

ELECTION INSPECTORS AND POLL CLERKS

Section 3-400. Election inspectors and poll clerks; provision for.

- 3-401. Election coordinators; provision for.
- 3-402. Election inspectors and poll clerks; authority.
- 3-404. Election inspectors and poll clerks; designation.
- 3-406. Election inspectors and poll clerks; additional.
- 3-408. Election inspectors and clerks; additional clerks to count absentee ballots.
- 3-410. Election inspectors and poll clerks; certification.
- 3-412. Election inspectors and poll clerks; training.
- 3-414. Election inspectors and poll clerks; oath of office, certificate of appointment.
- 3-416. Election inspectors, poll clerks and election coordinators; removal.
- 3-418. Election inspectors and poll clerks; emergency provisions for filling vacancies or absences.
- 3-420. Election inspectors, poll clerks and election coordinators; compensation.

TITLE V

ALTERNATE PROVISIONS

Section 3-500. Monroe county; board of elections, special provisions.

- 3-502. Nassau county; board of elections, special provisions.
- 3-504. Suffolk county; board of elections, special provisions.
- 3-506. Boards of elections; additional powers.

ARTICLE 4

PROCEEDINGS PRELIMINARY TO REGISTRATION,
ENROLLMENT AND ELECTIONS

Section 4-100. Election district; creation and alteration.

- 4-102. Maps; congressional, senatorial, assembly and election districts.
- 4-104. Registration and polling places; designation of.
- 4-106. Certification of offices to be filled at general or special elections; state board of elections, county, city, village and town clerks.
- 4-108. Certification of proposed constitutional amendments and questions.
- 4-110. Certification of primary election candidates; state board of elections.
- 4-112. Certification of nominations; state board of elections.
- 4-114. Determination of candidates and questions; county board of elections.
- 4-116. Constitutional amendments and questions; publication of by state board of elections and secretary of state.
- 4-117. Check of registrants and information notice by mail.
- 4-118. Notice of primary election; publication of by board of elections.
- 4-119. Publication of list of places for registration.
- 4-120. Notices of general and special elections; publication of.
- 4-122. Lists of nomination; publication of by board of elections.
- 4-124. City of New York; publications within made necessary by this law.
- 4-126. Delivery of election laws to clerks, boards and election officers.
- 4-128. Supplies; furnished by board of elections or city, town or village clerk.
- 4-130. Supplies for registration; manner and time of delivery.
- 4-132. Polling places; equipment for.
- 4-134. Preparation and delivery of ballots, supplies and

equipment for use at elections.

4-136. Election expenses; payment of.

4-138. Expenses of boards of elections outside New York City;
apportionment of.

ARTICLE 5

REGISTRATION AND ENROLLMENT OF VOTERS

TITLE I

GENERAL PROVISIONS

Section 5-100. Registration; required.

5-102. Qualifications of voters; age and residence.

5-104. Qualifications of voters; residence, gaining or losing.

5-106. Qualifications of voters; reasons for exclusion.

TITLE II

REGISTRATION AND ENROLLMENT

Section 5-202. Local registration; provision for.

5-204. Local registration; general provisions for the conduct
of.

5-206. Watchers.

5-208. Transfer of registration and enrollment.

5-210. Registration and enrollment and change of enrollment upon
application.

5-211. Agency assisted registration.

5-212. Motor vehicle registration.

5-213. Inactive status.

5-214. Registration cards for identification.

5-215. Veterans` absentee registration.

5-216. Registration; assistance to applicant.

5-218. Registration; challenges.

5-220. Registration; challenge after registered.

5-222. Statement of temporary absence.

5-224. Registration of voters unlawfully denied the right to
register.

5-226. Registration; voter registered in wrong district.

5-228. Registration; certificates of local registration.

5-230. Local registration; disposition of records and supplies.

TITLE III

ENROLLMENT

Section 5-300. Enrollment; generally.

5-302. Enrollment; completion.

5-304. Enrollment; change of enrollment or new enrollment by previously registered voters.

5-306. Enrollment; correction of.

5-310. Enrollment; forms of affidavits, mailing requirements.

TITLE IV

CANCELLATION OF REGISTRATION

Section 5-400. Cancellation of registration; generally.

5-402. Cancellation of registration; generally, notice to voter.

5-403. Rejection of ballot of unqualified voter; notice of action by board.

5-404. Cancellation or registration; cancellation of record.

TITLE V

REGISTRATION RECORDS

Section 5-500. Registration records; form and content.

5-502. Registration records; supplies and equipment.

5-504. Optional discontinuation of central file registration records.

5-506. Optional use of computer registration lists.

TITLE VI

FILING AND CUSTODY OF REGISTRATION RECORDS

Section 5-600. Registration records; filing of.

5-601. Registration records; physically disabled voters.

5-602. Lists of registered voters; publication of.

5-604. Enrollment lists; publication of.

5-606. Lists; certification of.

5-608. Replacement of registration and enrollment records; damaged, unusable or lost.

5-610. Registration records; new election district.

5-612. Registration records; use by village clerks and for

school district, improvement district and fire district elections.

TITLE VII

CHECKS AGAINST FRAUDULENT PRACTICES

Section 5-700. Checks on registration.

5-702. Voter's check cards; investigation.

5-704. Notification to jurisdiction of prior registration.

5-708. Change of voter status; reports of.

5-710. Check of registrants; personal.

5-712. Confirmation notices.

ARTICLE 6

DESIGNATION AND NOMINATION OF CANDIDATES

Section 6-100. Nominations and designations; generally.

6-102. Party nominations; electors, presidential.

6-104. Party designation; statewide office.

6-106. Party nominations; justice of the supreme court.

6-108. Party nominations; towns.

6-110. Party nominations; public office.

6-114. Party nominations; special election.

6-116. Party nominations; election to fill vacancy.

6-118. Designation and nomination by petition.

6-120. Designation and nomination; restrictions.

6-122. Designation or nomination; eligibility, restrictions.

6-124. Conventions; judicial.

6-126. Conventions; rules for holding.

6-128. New party; first nomination by.

6-130. Designating petition; form, witness, qualification.

6-132. Designating petition; form.

6-134. Designating petition; rules.

6-136. Designating petitions; number of signatures.

6-138. Independent nominations; rules.

6-140. Independent nominations; form of petition.

6-142. Independent nominations; number of signatures.

6-144. Nominating and designating petitions and certificates;

place for filing.

6-146. Nomination and designation; declination or acceptance.

6-147. Multiple designations of a candidate for a party position.

6-148. Nomination and designation; filling vacancies.

6-150. Nomination; vacancy caused by death or disqualification, unfilled at time of general or special election.

6-152. Vacancies caused by death or disqualification and unfilled at time of primary election.

6-153. Certificate of candidacy by write-in candidates for president and vice president.

6-154. Nominations and designations; objections to.

6-156. Party nominations; certification.

6-158. Nominating and designating petitions and certificates, conventions; times for filing and holding.

6-160. Primaries.

6-162. Primary; New York City, run-off.

6-164. Primary, uncontested; opportunity to ballot.

6-166. Primary; opportunity to ballot, form of petition.

6-168. Designating petitions; candidates for the office of judge of the civil court of the city of New York.

TITLE II

VILLAGE ELECTIONS

Section 6-200. Application of title.

6-202. Party nominations; villages.

6-204. Designating petition; form.

6-206. Independent nominations; petition, form.

6-208. Petitions, qualifications of signers.

6-210. Petitions and certificates; place and times for filing.

6-212. Designations and nominations, objections.

ARTICLE 7

ELECTION BALLOT

TITLE I

Section 7-100. Ballots; provision for.

- 7-102. Ballot; placing names and ballot proposals thereon.
- 7-104. Ballots; form of, voting machine.
- 7-106. Paper ballots; form of.
- 7-108. Ballots; form for elections.
- 7-110. Ballots; form for ballot proposals.
- 7-114. Ballots; form for primary election.
- 7-116. Ballots; order of names on.
- 7-118. Ballots; facsimile and sample.
- 7-120. Ballots; emergency use, to be furnished.
- 7-121. Ballots which are counted by machine.
- 7-122. Ballots; absentee voters.
- 7-123. Ballots; military voters.
- 7-124. Ballots for special federal voters.
- 7-125. Ballots; special presidential voters.
- 7-126. Ballots; pasters, use of.
- 7-128. Ballots; inspection of.
- 7-130. Ballots; examination by voters and instruction in use of
voting machines.

TITLE II

VOTING MACHINES

Section 7-200. Adoption and use of voting machine.

- 7-201. Voting machines; examination of.
- 7-202. Voting machines; requirements of.
- 7-203. Voting machines; requirement of use.
- 7-204. Contracts for purchase of voting machines.
- 7-205. Voting machines; use of at primaries.
- 7-206. Testing of voting machines.
- 7-207. Voting machines; preparation of, party representatives.

ARTICLE 8

CONDUCT OF ELECTIONS

TITLE I

POLLING PLACES

Section 8-100. Elections; dates of and hours for voting.

- 8-102. Polls; opening of.

8-104. Polls.

8-106. Polling places; attendance for educational purposes.

TITLE II

ELECTION INSPECTORS

Section 8-202. Board of inspectors; conduct of.

TITLE III

CASTING THE BALLOT

Section 8-300. Voting; manner of.

8-302. Voting; verification of registration.

8-304. Voters; signature identification.

8-306. Voters; assistance to.

8-308. Voting; voting machine write-in.

8-310. Voting; paper ballot, delivery to voter.

8-312. Voting; paper ballots, marking and casting.

8-314. Voting; primary election, missing enrollment record.

8-316. Ballots; mutilated or spoiled.

TITLE IV

ABSENTEE VOTING

Section 8-400. Absentee voting; application for ballot.

8-402. Absentee voting; review of application by board of elections.

8-404. Absentee voting; hospitalized veterans, special provisions.

8-406. Absentee ballots, delivery of.

8-407. Voting by residents of nursing homes, residential health care facilities, facilities operated or licensed, or under the jurisdiction of, the department of mental hygiene or hospitals or facilities operated by the Veteran`s Administration of the United States.

8-410. Absentee voting; method of.

8-412. Absentee ballots; deadline for receipt.

TITLE V

CHALLENGING VOTERS

Section 8-500. Watchers; provision for.

- 8-502. Challenges; generally.
- 8-504. Challenges; of voter at the polling place.
- 8-506. Challenges; absentee, military, special federal and special presidential ballots.
- 8-508. Challenge report; preparation of.
- 8-510. Challenge report; completion of and closing of registration poll ledgers.

ARTICLE 9

CANVASS OF RESULTS

TITLE I

CANVASS AT POLLING PLACES

Section 9-100. Canvass; required.

- 9-102. Canvass; general provisions for.
- 9-104. Casting of ballot; absentee, military, special federal and special presidential ballots.
- 9-106. Paper ballots; accounting for number used.
- 9-108. Canvass; ballots, verifying number cast.
- 9-110. Canvass; ballots; method of.
- 9-112. Canvass ballots; validity of ballot.
- 9-114. Counting ballots; objections to.
- 9-116. Tallying ballots; generally.
- 9-120. Returns of canvass; generally.
- 9-122. Proclamation of result.
- 9-124. Returns of canvass, procedure after.
- 9-126. Return of canvass; delivery of results to police and unofficial tally of election results.
- 9-128. Canvass; return of.

TITLE II

CANVASS BY BOARD OF ELECTIONS

Section 9-200. Canvass of primary returns by board of elections; notices to delegates; certificates.

- 9-202. Canvass of primary returns by state board of elections; convention rolls.
- 9-204. County boards of canvassers.

- 9-206. Canvass of election district returns of general and special elections.
- 9-208. Provisions for recanvass of vote in every election district in the state; procedure in case of discrepancy.
- 9-209. Canvass of absentee, military and special ballots and ballots cast by voters with registration poll records missing on days of election or voters who have moved after registering.
- 9-210. Statements of canvass by canvassing boards.
- 9-212. Determinations by county canvassing boards.
- 9-214. Transmission of statements of canvassing boards to state board of elections and secretary of state.
- 9-216. Canvass of statements of general and special elections by state board of canvassers.
- 9-218. Proceedings by boards of canvassers to carry into effect a court order.
- 9-220. Record in office of secretary of state of county officers elected.

ARTICLE 10

VOTING BY MEMBERS OF ARMED FORCES

Section 10-102. Military voters; definitions.

- 10-104. Military voters; right to vote.
- 10-106. Military voters; registration and application for ballots.
- 10-108. Military voters; distribution of ballots to.
- 10-109. Military voters; cancellation of registration.
- 10-112. Military voter; voting.
- 10-114. Military ballots; deadline for receipt, and delivery to polling place.
- 10-116. Military ballots; determination of candidates thereon.
- 10-118. Military voting; costs of.
- 10-122. Military voter; absentee ballot, right to.
- 10-124. Military voting; division for servicemen`s voting;

regulatory powers.

10-126. Military voting; applicability of general provisions.

ARTICLE 11

SPECIAL PRESIDENTIAL AND SPECIAL FEDERAL VOTERS AND SPECIAL BALLOTS

TITLE I

SPECIAL PRESIDENTIAL VOTERS

Section 11-102. Special presidential voters; change of residence;
special qualifications.

11-104. Registration and application for special presidential
ballot.

11-106. Processing of applications by board of elections.

11-108. Special presidential voters lists.

11-110. Special presidential ballots; deadline for receipt.

11-112. Application of other provisions.

TITLE II

SPECIAL FEDERAL VOTERS

Section 11-200. Special federal voters; qualifications.

11-202. Registration and enrollment of special federal voters
and application for special federal ballot.

11-204. Processing of applications by board of elections.

11-206. Special federal voters; preparation of registration poll
records and central file registration records.

11-208. Special federal voters; cancellation of registration.

11-210. Special federal voters; distribution of applications for
ballots.

11-212. Special federal ballots; deadline for receipt, and
delivery to polling place.

11-214. Use of airmail.

11-216. Forwarding of applications and ballots.

11-218. Application of other provisions.

TITLE III

SPECIAL BALLOTS

Section 11-300. Special ballots on account of religious scruples.

11-302. Special ballots for board of election employees.

11-304. Special ballots; method of casting and counting.

11-306. Special ballots; victims of domestic violence.

ARTICLE 12

PRESIDENTIAL ELECTORS AND FEDERAL ELECTED OFFICERS

TITLE I

PRESIDENTIAL AND VICE PRESIDENTIAL ELECTORS

Section 12-100. Electors of president and vice president.

12-102. Lists of electors; state board of elections to furnish.

12-104. Electoral college; meeting and organization.

12-106. Electoral college; vote of electors.

12-108. Electoral college; certificate of vote, how distributed.

12-110. Electors; compensation.

TITLE II

UNITED STATES SENATORS

Section 12-200. United States senators; election of.

TITLE III

REPRESENTATIVES IN CONGRESS

Section 12-300. Representatives in congress; election of.

ARTICLE 13

ANNUAL POLITICAL CALENDAR

13-100. Special provisions as to the time for designating,
nominating and electing candidates for the year two
thousand two.

13-104. Special provisions as to the time for holding a primary
election in the city of New York in the year nineteen
hundred eighty-one.

13-106. Special provisions as to the time for holding a primary
election in the city of New York in the year nineteen
hundred eighty-one.

13-108. Special provisions as to the time for holding a primary
election in the city of New York in the year nineteen
hundred eighty-one.

13-110. Special provisions as to the time for holding a primary

election in the city of New York in the year nineteen hundred eighty-one.

13-112. Special provisions as to the time for holding a primary election in the city of New York in the year nineteen hundred eighty-one.

13-114. Special provisions as to the time for holding a primary election in the city of New York in the year nineteen hundred eighty-one.

ARTICLE 14

CAMPAIGN RECEIPTS AND EXPENDITURES

Section 14-100. Definitions.

14-102. Statements of campaign receipts, contributions, transfers and expenditures to and by political committees.

14-104. Statements of campaign receipts, contributions, transfers and expenditures by and to candidates.

14-106. Political advertisements and literature.

14-108. Time for filing statements.

14-110. Place for filing statements.

14-112. Political committee authorization statement.

14-114. Contribution and receipt limitations.

14-116. Political contributions by certain organizations.

14-118. Treasurer and depository of political committee; filing of name and address.

14-120. Campaign contribution to be under true name of contributor.

14-122. Accounting to treasurer or candidate; vouchers.

14-124. Exceptions.

14-126. Violations; penalties.

14-127. Notice of civil penalty to authorizing candidate.

14-128. Disposition of anonymous contributions.

14-130. Campaign funds for personal use.

ARTICLE 15

VILLAGE ELECTIONS

Section 15-100. Application of article.

15-102. Definitions.

15-104. General village election.

15-106. Special village elections for officers.

15-108. Designation and nomination of candidates.

15-110. Election districts.

15-112. Registers and poll-books; how used.

15-114. Number of voting machines.

15-116. Inspectors of election.

15-118. Registration of voters.

15-120. Absentee voting at village elections.

15-122. Absentee voting at village elections for persons unable
to appear because of illness or physical disability.

15-124. Duties of village clerk.

15-126. Canvass of election.

15-128. Notice to person chosen to a village office.

15-130. Election of trustees by wards.

15-132. Votes upon propositions to be by ballot or voting
machine.

15-134. Failure to designate terms.

15-136. Refusal of officer to surrender his office.

15-138. Judicial review of matters relating to village
elections.

ARTICLE 16

JUDICIAL PROCEEDINGS

Section 16-100. Jurisdiction; supreme court, county court.

16-102. Proceedings as to designations and nominations, primary
elections, etc.

16-104. Proceedings as to form of ballot, party name, etc.

16-106. Proceedings as to the casting and canvass of ballots.

16-108. Proceedings as to registration and voting.

16-110. Proceedings as to enrollment.

16-112. Proceedings for examination or preservation of ballots.

16-114. Proceedings to compel filing of statements or corrected

statements of campaign receipts, expenditures and contributions.

16-115. Proceedings with respect to utilizing certain buildings as polling places.

16-116. Proceedings; provisions in relation thereto.

16-118. Proceedings to review removal of committee member or officer.

ARTICLE 17

VIOLATIONS OF THE ELECTIVE FRANCHISE

Section 17-100. Definitions.

17-102. Misdemeanors at, or in connection with, primary elections, caucuses, enrollment in political parties, committees, and conventions.

17-104. False registration.

17-106. Misconduct of election officers.

17-108. False affidavits; mutilation, destruction or loss of registry list or affidavits.

17-110. Misdemeanors concerning police commissioners or officers or members of any police force.

17-112. Soliciting media support.

17-114. Failure to furnish information; false information.

17-116. Removal, mutilation or destruction of election booths, supplies, poll-lists or cards of instruction.

17-118. Refusal to permit employees to attend election.

17-120. Misconduct in relation to certificate of nomination and official ballot.

17-122. Misconduct in relation to petitions.

17-124. Failure to deliver official ballots.

17-126. Misconduct of election officers.

17-128. Violations of election law by public officer or employee.

17-130. Misdemeanor in relation to elections.

17-132. Illegal voting.

17-134. Unlawful use of pasters.

- 17-136. False returns; unlawful acts respecting returns.
- 17-140. Furnishing money or entertainment to induce attendance at polls.
- 17-142. Giving consideration for franchise.
- 17-144. Receiving consideration for franchise.
- 17-146. Offender a competent witness; witnesses` immunity.
- 17-148. Bribery or intimidation of elector in military service of the United States.
- 17-150. Duress and intimidation of voters.
- 17-152. Conspiracy to promote or prevent election.
- 17-154. Pernicious political activities.
- 17-156. Political assessments.
- 17-158. Corrupt use of position or authority.
- 17-160. Procuring fraudulent documents in order to vote.
- 17-162. Judicial candidates not to contribute.
- 17-164. Political contributions by owners of polling places prohibited.
- 17-166. Penalty.
- 17-168. Crimes against the elective franchise not otherwise provided for.
- 17-170. Destroying or delaying election returns.

<http://caselaw.lp.findlaw.com/nycodes/c31/a1.html>

Lisa 4. Kohaliku omavalitsuse volikogu valimiste seadus Eestis

Väljaandja : Riigikogu
Akti või dokumendi liik: seadus
Teksti liik: terviktekst
Redaktsiooni jõustumise kp.: 27.05.2005
Redaktsiooni kehtivuse lõpp: 09.07.2005

KOHALIKU OMAVALITSUSE VOLIKOGU VALIMISE SEADUS

Vastu võetud 27. 03. 2002. a seadusega (RT I 2002, 36, 220), jõustunud vastavalt §-le 74.

Muudetud järgmiselt: (vastuvõtmise aeg, avaldamine Riigi Teatajas, jõustumise aeg):

12. 06. 2002 (RT I 2002, 57, 355) 18. 07. 2002

15. 07. 2002 (RT III 2002, 22, 251) 15. 07. 2002

30. 07. 2002 (RT I 2002, 68, 407) 7. 08. 2002

19. 06. 2002 (RT I 2002, 63, 387) 1. 09. 2002

õiend, RT I 2002, 72

18. 12. 2003 (RT I 2003, 90, 601) 1. 01. 2004

21. 01. 2004 (RT I 2004, 6, 32) 14. 02. 2004

22. 09. 2004 (RT I 2004, 71, 501) 29. 10. 2004

19. 04. 2005 (RT III 2005, 13, 128) 19. 04. 2005

20. 04. 2005 (RT I 2005, 25, 194) 27. 05. 2005

15. 07. 2002. a Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi kohtuotsus nr 3-4-1-7-02 (avaldatud 23. 09. 2002 - RT III 2002, 22, 251 – jõust. 15. 07. 2002)

tunnistab seaduse põhiseadusevastaseks osas, mis ei võimalda kodanike valimisliitude osalemist kohaliku omavalitsuse volikogu valimisel.

19. 04. 2005. a Riigikohtu üldkogu kohtuotsus nr 3-4-1-1-05 (avaldatud 5. 05. 2005 - RT III 2005, 13, 128 – jõust. 19. 04. 2005) tunnistab kehtetuks paragrahvi 70¹.

1. peatükk

ÜLDSÄTTED

§ 1. Valimissüsteemi alused

(1) Kohaliku omavalitsuse volikogu (edaspidi *volikogu*) liikmete valimised on vabad, üldised, ühetaolised ja otsesed. Hääletamine on salajane.

(2) Igal valijal on üks hääl.

(3) Valimistulemused tehakse kindlaks proportsionaalsuse põhimõtte alusel.

§ 2. Valimiste aeg

Volikogu valitakse kolmeks aastaks. Volikogu valimispäev on valimisaasta oktoobrikuu kolmas pühapäev.

§ 3. Täiendavate valimiste toimumise alused ja aeg

(1) Kui volikogu liikmete arv langeb alla volikogu koosseisu häälteenamuse saavutamiseks vajaliku arvu, korraldatakse valimisringkondades, mille nimekirjades rohkem volikogu asendusliikmeid ei ole, volikogu puuduvate liikmete valimiseks täiendavad valimised.

(2) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud asjaolust teatab volikogu esimees või aseesimees, nende puudumisel vallavanem või linnapea maavanemale kolme päeva jooksul.

(3) Täiendavad valimised kuulutab välja maavanem oma korraldusega kooskõlastatult Vabariigi Valimiskomisjoniga kümne päeva jooksul, arvates käesoleva paragrahvi lõikes 2 nimetatud teate saamisest. Valimised toimuvad hiljemalt 30. päeval pärast valimiste väljakuulutamist. Volikogu täiendavate valimiste päev on pühapäev.

(4) Valla või linna valimiskomisjon kehtestab oma otsusega kooskõlastatult Vabariigi Valimiskomisjoniga täiendavate valimiste toimingute tähtajad ning avalikustab need kolme päeva jooksul, arvates otsuse vastuvõtmise päevast.

§ 4. Uue kohaliku omavalitsuse üksuse volikogu valimiste aeg

Uue kohaliku omavalitsuse üksuse tekkimisel kohalike omavalitsuse üksuste ühinemise või jagunemise tõttu korraldatakse moodustuva kohaliku omavalitsuse üksuse volikogu valimised käesoleva seaduse §-s 2 ettenähtud ajal.

§ 5. Hääletamis- ja kandideerimisõigus

(1) Hääletamisõigus on Eesti kodanikul ja Euroopa Liidu kodanikul, kes on valimispäevaks saanud 18-aastaseks ja kelle püsiv elukoht, see on elukoht, mille

aadressiandmed on kantud Eesti rahvastikuregistrisse (edaspidi *rahvastikuregister*), asub vastavas vallas või linnas.

(2) Hääletamisõigus on välismaalasel, kes vastab käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud tingimustele ja kes:

1) elab Eestis alalise elamisloa alusel;

2) on valimispäevaks elanud seaduslikult vähemalt viimased viis aastat vastavas vallas või linnas.

(3) Hääleõiguslik ei ole isik, kes on kohtu poolt tunnistatud teovõimetuks.

(4) Hääletamisest ei võta osa isik, kes on kohtu poolt süüdi mõistetud ja kannab karistust kinnipidamiskohas.

(5) Kandideerimisõigus on igal hääleõiguslikul Eesti kodanikul ja Euroopa Liidu kodanikul, kelle püsiv elukoht asub hiljemalt valimisaasta 1. augustil vastavas vallas või linnas.

(6) Volikogu liikmeks ei või kandideerida isik, kes on kohtu poolt süüdi mõistetud kuriteos ja kannab karistust kinnipidamiskohas.

2. peatükk

AGITATSIOON

§ 6. Agitatsiooni piirang

(1) Aktiivne agitatsioon on valimispäeval keelatud.

(2) Agitatsioon on keelatud hääletamisruumis ja ruumides, mille kaudu valija siseneb hääletamisruumi.

(3) Aktiivse valimisagitatsiooni ajaks loetakse aega alates kandidaatide registreerimise viimasest päevast.

[RT I 2002, 57, 355 - jõust. 18. 07. 2002]

3. peatükk

VOLIKOGU LIIKMETE ARV, VALIMISRINGKONNAD JA -JAOSKONNAD

§ 7. Volikogu liikmete arvu määramine

(1) Volikogu järgmise koosseisu liikmete arvu määrab volikogu oma otsusega.

Volikogu liikmete arv peab olema paaritu arv.

(2) Volikogus peab olema vähemalt seitse liiget. Liikmete arv määratakse rahvastikuregistri andmete põhjal, lähtudes valla- või linnaelanike arvust valimisaasta 1. juuni seisuga järgmiselt:

- 1) üle 2000 elaniku – vähemalt 13-liikmeline volikogu;
- 2) üle 5000 elaniku – vähemalt 17-liikmeline volikogu;
- 3) üle 10 000 elaniku – vähemalt 21-liikmeline volikogu;
- 4) üle 50 000 elaniku – vähemalt 31-liikmeline volikogu;
- 5) üle 300 000 elaniku – vähemalt 63-liikmeline volikogu.

(3) Volikogu liikmete arv määratakse hiljemalt 90. päeval enne valimispäeva.

(4) Volikogu avalikustab käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud otsuse kolme tööpäeva jooksul, arvates otsuse vastuvõtmise päevast.

[RT I 2005, 25, 194 – jõust. 27. 05. 2005]

§ 8. Valimisringkondade moodustamine

(1) Volikogu moodustab valla või linna territooriumil ühe valimisringkonna.

(2) Mitu valimisringkonda võib moodustada:

- 1) üle 50 000 elanikuga kohaliku omavalitsuse üksuses;
- 2) viimase kahe valimisperioodi jooksul ühinemise või jagunemise teel tekkinud

kohaliku omavalitsuse üksuses;

3) kohaliku omavalitsuse üksuses, milles on moodustatud osavallad või linnaosad.

(3) Mandaatide arv moodustatavates valimisringkondades ei või olla väiksem kui kolm.

(4) Tallinnas moodustab volikogu valimisringkonnad linnaosade kaupa.

(5) Volikogu otsuses valimisringkondade moodustamise kohta määratakse ringkondade numeratsioon, piirid ning mandaatide arv igas ringkonnas.

(6) Valimisringkonnad moodustatakse hiljemalt 90. päeval enne valimispäeva.

(7) Volikogu avalikustab käesoleva paragrahvi lõikes 5 nimetatud otsuse kolme tööpäeva jooksul, arvates otsuse vastuvõtmise päevast.

§ 9. Mandaatide jaotamine valimisringkondade vahel

(1) Volikogu jaotab mandaadid valimisringkondade vahel, lähtudes valijate arvust rahvastikuregistri andmete põhjal valimisaasta 1. juuni seisuga, järgmiselt:

1) valijate koguarv jagatakse volikogu liikmete arvuga;

2) valimisringkonna valijate arv jagatakse käesoleva lõike punktis 1 nimetatud tehte tulemusena saadud arvuga;

3) iga valimisringkond saab mandaate vastavalt käesoleva lõike punkti 2 kohase tehte tulemusena saadud arvu täisosale;

4) käesoleva lõike punkti 3 alusel jaotamata jäänud mandaadid jaotatakse suurimate jääkide põhimõttel, lähtudes käesoleva lõike punktis 2 nimetatud tehete tulemusena saadud arvude murdosadest.

(2) Tallinnas jaotatakse vähemalt pool mandaatidest linnaosade vahel võrdselt, ülejäänud mandaadid käesoleva paragrahvi lõikes 1 ettenähtut järgides.

§ 10. Valimisjaoskondade moodustamine

(1) Hääletamise korraldamiseks moodustatakse valimisringkonna territooriumil valimisjaoskonnad.

(2) Valimisjaoskonnad moodustab valla- või linnavalitsus oma määrusega, milles määratakse kindlaks:

- 1) valimisjaoskondade numeratsioon;
- 2) valimisjaoskondade piirid;
- 3) hääletamisruumide asukohad;
- 4) vähemalt üks valimisjaoskond, kus valijad saavad hääletada väljaspool oma elukohajärgset jaoskonda (§ 47 lõige 2);
- 5) valimisjaoskond, kus saavad hääletada valijad, kelle elukoha andmed selles vallas või linnas on rahvastikuregistrisse kantud valla või linna, Tallinnas linnaosa täpsusega.

(3) Valimisjaoskonnad on alalised. Riigikogu valimistel ja kohaliku omavalitsuse volikogu valimistel ning rahvahääletusel korraldatakse hääletamine samades valimisjaoskondades, kui valla- või linnavalitsus ei määra teisiti, muutes käesoleva paragrahvi lõikes 2 nimetatud määrust.

(4) Käesoleva paragrahvi lõikes 2 nimetatud määrust võib valla- või linnavalitsus muuta hiljemalt 50. päeval enne valimispäeva, erakorralistel juhtudel pärast nimetatud tähtpäeva. Muudatustest teavitab valla- või linnavalitsus viivitamata Vabariigi Valimiskomisjoni ja rahvastikuregistri vastutavat töötajat.

(5) Valla- või linnavalitsus avalikustab käesoleva paragrahvi lõikes 2 loetletud andmed enne iga valimisi.

(6) Maakonna valimiskomisjon avalikustab käesoleva paragrahvi lõikes 2 loetletud andmed eelhääletamise algusele eelneval nädalal.

§ 11. Toimingud uue kohaliku omavalitsuse üksuse volikogu valimise korral

(1) Uue kohaliku omavalitsuse üksuse valimisteks teevad asjaomased volikogud kokkuleppel järgmised toimingud:

- 1) määravad uue volikogu liikmete arvu, lähtudes käesoleva seaduse § 7 lõigetes 1 ja 2 ettenähtust ning uue valla või linna territooriumil elavate elanike arvust rahvastikuregistri andmete alusel määramise aasta 1. jaanuari seisuga;

2) moodustavad uue valla või linna territooriumil valimisringkonnad, lähtudes käesoleva seaduse § 8 lõigetes 1–5 ettenähtust.

(2) Mandaatide jaotamisel lähtutakse käesoleva seaduse § 9 lõigetes 1 ja 2 ettenähtust ning uue valla või linna territooriumil elavate valijate arvust rahvastikuregistri andmete alusel mandaatide jaotamise aasta 1. jaanuari seisuga.

(3) Asjaomased valla- või linnavalitsused moodustavad kokkuleppel valimisringkondade territooriumil valimisjaoskonnad, lähtudes käesoleva seaduse §-s 10 ettenähtust.

(4) Käesolevas paragrahvis nimetatud otsused ja korraldused võtavad asjaomased valla- või linnavolikogud ja valla- või linnavalitsused vastu enne kõigi haldusterritoriaalse korralduse muutmist eeldavate dokumentide esitamist asjaomasele maavanemale või maavanematele.

4. peatükk

VALIMISKOMISJONID

§ 12. Valimiskomisjonide liigid

(1) Volikogu valimisi korraldavad järgmised valimiskomisjonid:

- 1) Vabariigi Valimiskomisjon;
- 2) maakonna valimiskomisjonid;
- 3) valla ja linna valimiskomisjonid;
- 4) jaoskonnakomisjonid.

(2) Tallinnas ja Tartus täidavad maakonna valimiskomisjoni ülesandeid linna valimiskomisjonid.

§ 13. Valimiskomisjonide volituste kestus

(1) Vabariigi Valimiskomisjoni, maakonna valimiskomisjoni ning Tallinna ja Tartu linna valimiskomisjoni volituste kestus ja moodustamise kord nähakse ette Riigikogu valimise seaduses.

(2) Valla ja linna valimiskomisjonid ning jaoskonnakomisjonid moodustatakse enne volikogu valimist. Valla ja linna valimiskomisjonide ning jaoskonnakomisjonide volitused kestavad kuni komisjoni uue koosseisu nimetamiseni.

§ 14. Valimiskomisjoni liige

(1) Valla või linna valimiskomisjoni liikmeks võib olla Eesti kodanik või Euroopa Liidu kodanik, kellel on hääletamisõigus käesoleva seaduse § 5 lõigete 1, 3 ja 4 kohaselt. Valla või linna valimiskomisjoni liige peab valdama eesti keelt.

(2) Jaoskonnakomisjoni liikmeks võib olla Eesti kodanik või välismaalane, kellel on hääletamisõigus käesoleva seaduse § 5 lõigete 1–4 kohaselt. Jaoskonnakomisjoni liige peab valdama eesti keelt.

(3) Isik võib olla ühe valimiskomisjoni liige.

(4) Valimiskomisjoni liikme volitused lõpevad ennetähtaegselt:

- 1) teda süüdimõistva kohtuotsuse jõustumisega;
- 2) tema tagasiastumisega;
- 3) tema surmaga.

(5) Isiku võib ennetähtaegselt valimiskomisjoni liikme kohustustest vabastada tema nimetanud organ oma põhistatud otsusega kas oma algatusel või valimiskomisjoni ettepanekul.

(6) Valimiskomisjoni liikme volitused peatuvad:

- 1) tema asumisega valimisliidu moodustajaks või erakonna, valimisliidu või üksikkandidaadi volitatud esindajaks;
- 2) tema esitamisega volikogu liikmekandidaadiks registreerimiseks.

(7) Vabariigi Valimiskomisjon võib peatada maakonna valimiskomisjoni, valla või linna valimiskomisjoni või jaoskonnakomisjoni liikme volitused, kes on seadust rikkunud. Maakonna valimiskomisjon võib peatada valla või linna valimiskomisjoni või jaoskonnakomisjoni liikme volitused, kes on seadust rikkunud.

(8) Valimiskomisjoni liikme volitused taastuvad:

- 1) käesoleva paragrahvi lõike 6 punktis 1 ettenähtud juhul – valimistulemuste väljakuulutamise päevast;
- 2) käesoleva paragrahvi lõike 6 punktis 2 ettenähtud juhul – kandidaadi registreerimata jätmisele või kandideerimisest loobumisele järgnevast päevast või valimistulemuste väljakuulutamise päevast, kui kandidaat ei osutunud valituks.

(9) Valimiskomisjoni liige ei või teha agitatsiooni erakonna, valimisliidu ega kandidaadi poolt ega vastu.

(10) Valimiskomisjoni liige on oma ülesandeid täites sõltumatu. Valimiskomisjoni liige juhindub seadusest ja kõrgemalseisva valimiskomisjoni juhistest.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 15. Valimiskomisjoni töökorraldus

(1) Valimiskomisjoni töövorm on koosolek, mille kutsub kokku komisjoni esimees või tema äraolekul aseesimees, nende mõlema äraolekul valimiskomisjoni noorim liige.

(2) Valimiskomisjon on otsustusvõimeline, kui selle koosolekust võtab osa vähemalt pool komisjoni koosseisust, sealhulgas esimees või aseesimees.

(3) Valimiskomisjoni koosolek protokollitakse.

(4) Valimiskomisjoni koosolek on avalik. Igaühel on õigus tutvuda valimiskomisjoni otsusega ja komisjoni koosoleku protokolliga.

(5) Valimiskomisjon otsustab tema pädevuses olevaid asju poolthäälte enamusega. Komisjoni liikme eriarvamus kantakse koosoleku protokollile.

(6) Kui valimiskomisjoni liikme volitused peatuvad või lõpevad, teatab esimees sellest esimesele asendusliikmele, kes asub täitma valimiskomisjoni liikme kohustusi.

(7) Valimiskomisjoni otsuse alusel võivad valimistoimingutes osaleda ka asendusliige ja muu isik.

(8) Kui Vabariigi Valimiskomisjoni põhiliige ei saa komisjoni koosolekust osa võtta, asendab teda asendusliige, kellel on kõik põhiliikme õigused ja kohustused, välja arvatud esimehe või aseesimehe õigused ja kohustused.

(9) Valimiskomisjoni liikme või asendusliikme või komisjoni abistava isiku tööleping või teenistussuhe peatatakse valimiste korraldamise ajaks valimiskomisjoni ettepaneku alusel.

§ 16. Valimiskomisjoni abistamine

(1) Riigi- ja kohaliku omavalitsuse organ ning ameti- ja muu asutus on kohustatud oma pädevuse piires valimiskomisjone valimiste korraldamisel abistama.

(2) Valimiskomisjonil on õigus pöörduda valimiste korraldamisega seonduvas küsimuses kirjalikult riigi- või kohaliku omavalitsuse organi või ameti- või muu asutuse poole. Valimiskomisjoni pöördumisele tuleb vastata kolme tööpäeva jooksul, arvates selle saamisest.

§ 17. Vabariigi Valimiskomisjoni pädevus

(1) Vabariigi Valimiskomisjoni ülesanne on tagada volikogude valimiste ühetaolisus, juhendada teisi valimiskomisjone ja valvata nende tegevuse järele ning täita muid seadustest tulenevaid ülesandeid.

(2) Vabariigi Valimiskomisjonil on õigus:

- 1) teha ettekirjutusi maakonna valimiskomisjoni, valla või linna valimiskomisjoni või jaoskonnakomisjoni toimingute või maakonna valimiskomisjoni või valla või linna valimiskomisjoni otsuse puuduste kõrvaldamiseks;
- 2) peatada maakonna valimiskomisjoni, valla või linna valimiskomisjoni või jaoskonnakomisjoni toimingu või maakonna valimiskomisjoni või valla või linna valimiskomisjoni otsuse kehtivus;
- 3) tunnistada maakonna valimiskomisjoni või valla või linna valimiskomisjoni otsus kehtetuks ja vajaduse korral teha ettekirjutus uue otsuse tegemiseks.

(3) Vabariigi Valimiskomisjon annab määrusi käesoleva paragrahvi lõikes 4 ettenähtud juhtudel. Vabariigi Valimiskomisjoni määrusele kirjutab alla esimees. Määrus jõustub kolmandal päeval, arvates Riigi Teatajas avaldamisest.

(4) Vabariigi Valimiskomisjon kehtestab oma määrusega:

1) kandidaatide registreerimiseks esitamise ja registreerimise korra;

1¹) valimisliidu registreerimise avalduse vormi;

2) kandidaatide registreerimise avalduse vormi, kandidaatide ringkonnanimikirja vormi, kandideerimisavalduse vormi ja kandidaadi ankeedi vormi;

3) Euroopa Liidu kodaniku hääleõiguslikkusest teavitamise teatise vormi;

4) valijate nimekirja vormi;

5) hääletamise korraldamise ning hääletamis- ja valimistulemuste kindlakstegemise korra;

6) hääletamisedeli vormi;

7) hääletamis- ja valimistulemuste protokollide vormid;

8) vaatleja staatuse;

9) valimiste korraldamiseks eraldatud raha kasutamise korra;

10) [kehtetu - RT I 2004, 6, 32 - jõust. 14. 02. 2004]

(5) Vabariigi Valimiskomisjoni pädevuses oleva üksikküsimuse lahendamiseks võtab Vabariigi Valimiskomisjon vastu otsuse. Otsusele kirjutab alla komisjoni esimees. Otsus jõustub allakirjutamisega.

(6) Vabariigi Valimiskomisjoni määrus, otsus ja juhised on maakonna valimiskomisjonile, valla ja linna valimiskomisjonile ning jaoskonnakomisjonile kohustuslikud.

(7) Vabariigi Valimiskomisjon esitab Riigikohtule protesti valla või linna valimiskomisjoni otsuse tühistamiseks osas, millega registreeriti isik volikogu liikmeks, juhul kui on ilmnunud, et see volikogu liige ei vasta käesoleva seaduse § 5 lõikes 5 või 6 ettenähtud nõuetele.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 18. Maakonna valimiskomisjoni pädevus

(1) Maakonna valimiskomisjoni ülesanne on juhendada valla ja linna valimiskomisjone ning jaoskonnakomisjone, valvata nende tegevuse järele ning täita muid käesolevast seadusest tulenevaid ülesandeid.

(2) Maakonna valimiskomisjonil on õigus:

- 1) teha ettekirjutusi valla või linna valimiskomisjoni või jaoskonnakomisjoni toimingu või valla või linna valimiskomisjoni otsuse puuduste kõrvaldamiseks;
- 2) peatada valla või linna valimiskomisjoni või jaoskonnakomisjoni toiming või valla või linna valimiskomisjoni otsuse kehtivus;
- 3) tunnistada valla või linna valimiskomisjoni otsus kehtetuks ning vajadusel teha ettekirjutus uue otsuse tegemiseks.

(3) Maakonna valimiskomisjoni pädevuses oleva üksikküsimuse lahendamiseks võtab maakonna valimiskomisjon vastu otsuse. Otsusele kirjutab alla komisjoni esimees. Otsus jõustub allakirjutamisega.

(4) Maakonna valimiskomisjoni otsus ja juhised on valla ja linna valimiskomisjonile ning jaoskonnakomisjonile kohustuslikud.

§ 19. Valla ja linna valimiskomisjoni moodustamine

(1) Valla ja linna valimiskomisjonil on kuni seitse liiget.

(2) Valla ja linna valimiskomisjoni liikmed nimetatakse hiljemalt 90. päeval enne valimispäeva.

(3) Valla ja linna valimiskomisjoni esimees on valla- või linnasekretär. Valla ja linna valimiskomisjoni liikmed nimetab oma otsusega volikogu valla- või linnasekretäri ettepanekul. Volikogu nimetab valla- või linnasekretäri ettepanekul ka kuni kaks asendusliiget, kes komisjoni volituste ajal volikogu määratud järjekorras asuvad nende komisjoniliikmete asemele, kelle volitused on peatunud või lõppenud.

(4) Valla ja linna valimiskomisjoni aseesimehe valib komisjon oma liikmete hulgast.

(5) Valla ja linna valimiskomisjoni asjaajamise ja tehnilise teenindamise tagab valla- või linnavalitsus.

(6) Valla ja linna valimiskomisjoni asukohta määrab valla- või linnavalitsus ning avalikustab selle.

(7) Valla ja linna valimiskomisjon määrab oma tööaja ning avalikustab selle. Ajavahemikus kandidaatide registreerimiseks esitamise algusest kuni kandidaatide registreerimiseni peab valimiskomisjon töötama igal tööpäeval.

§ 20. Valla ja linna valimiskomisjoni pädevus

(1) Valla ja linna valimiskomisjoni ülesanne on teha kindlaks valla või linna hääletamis- ja valimistulemused, juhendada jaoskonnakomisjone ning täita muid seadustest tulenevaid ülesandeid.

(2) Valla ja linna valimiskomisjoni pädevuses olevate üksikküsimuste lahendamiseks võtab valimiskomisjon vastu otsuseid. Otsusele kirjutab alla komisjoni esimees. Otsus jõustub allakirjutamisega.

§ 21. Jaoskonnakomisjoni moodustamine

(1) Jaoskonnakomisjoni esimehe ja kuni kaheksa liiget nimetab volikogu oma otsusega hiljemalt 20. päeval enne valimispäeva.

(2) Pooled jaoskonnakomisjoni liikmetest nimetab volikogu valla- või linnasekretäri ettepanekul ning ülejäänud liikmed valimistel osalevate erakondade ja valimisliitude esitatud isikute seast. Erakond või valimisliit esitab ühe jaoskonnakomisjoni liikmekandidaadi valla- või linnasekretärile hiljemalt 45. päeval enne valimispäeva. Esitamiseks peab olema kandidaadi nõusolek. Kui erakonnad või valimisliidud kandidaate ei esita või kui esitatud kandidaatide arv on väiksem erakondade ja valimisliitude kandidaatide hulgast nimetatavate jaoskonnakomisjoni liikmete arvust, nimetab volikogu ülejäänud liikmed samuti valla- või linnasekretäri ettepanekul.

(3) Volikogu nimetab valla- või linnasekretäri ettepanekul ka vähemalt kaks asendusliiget, kes komisjoni volituste ajal volikogu määratud järjekorras asuvad nende komisjoniliikmete asemele, kelle volitused on peatunud või lõppenud.

(4) Jaoskonnakomisjoni aseesimehe valib komisjon oma liikmete hulgast.

(5) Jaoskonnakomisjoni asjaajamise ja tehnilise teenindamise tagab valla- või linnavalitsus.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 22. Jaoskonnakomisjoni pädevus

Jaoskonnakomisjoni ülesanne on korraldada hääletamine ja teha kindlaks hääletamistulemused valimisjaoskonnas ning täita muid käesolevast seadusest tulenevaid ülesandeid.

§ 23. Toimingud uue kohaliku omavalitsuse üksuse volikogu valimise korral

(1) Uue kohaliku omavalitsuse üksuse volikogu valimisteks nimetavad asjaomased volikogud kokkuleppel asjaomaste valla- või linnasekretäride ettepanekul valla või linna valimiskomisjoni liikmed ja asendusliikmed käesoleva seaduse § 19 lõigetes 1 ja 3 ettenähtut järgides.

(2) Valla või linna valimiskomisjoni esimehe ja aseesimehe valib komisjon oma liikmete seast. Komisjoni esimehe volitused kestavad kuni uue kohaliku omavalitsuse üksuse valla- või linnasekretäri ametissenimetamiseni.

(3) Asjaomased volikogud nimetavad kokkuleppel asjaomaste valla- või linnasekretäride ettepanekul jaoskonnakomisjonide liikmed käesoleva seaduse § 21 lõigetes 1 ja 3 ettenähtut järgides. Jaoskonnakomisjoni esimehe ja aseesimehe valib komisjon oma liikmete seast.

(4) Käesolevas paragrahvis nimetatud otsused võtavad asjaomased valla- või linnavolikogud vastu enne kõigi haldusterritoriaalse korralduse muutmist eeldavate dokumentide esitamist asjaomasele maavanemale või maavanematele.

5. peatükk

VALIJATE ARVESTUS

§ 24. Valijate arvestuse pidamine

(1) Valijate arvestust peetakse rahvastikuregistris.

(2) Rahvastikuregistri pidamise korra näeb ette seadus.

(3) Valijate arvestust peetakse isiku kohta rahvastikuregistrisse kantud järgmiste andmete alusel:

- 1) ees- ja perekonnanimi;
- 2) sünniaeg;
- 3) isikukood;
- 4) kodakondsuse andmed;
- 5) välismaalase alalise elamisloa olemasolu;
- 6) teovõimetuks tunnistamise andmed;
- 7) elukoha andmed.

§ 25. Euroopa Liidu kodaniku teavitamine hääleõiguslikkusest volikogu valimistel

(1) Rahvastikuregistri vastutav töötaja korraldab teatise koostamise ja saatmise Euroopa Liidu kodanikule, kellel on vastavalt käesoleva seaduse § 5 lõigetele 1, 3 ja 4 õigus hääletamisest osa võtta, hiljemalt 70. päeval enne valimispäeva.

(2) Teatisele kantakse:

- 1) valija ees- ja perekonnanimi;
- 2) valija sünniaeg;
- 3) elukoha aadress;
- 4) teave valija hääletamis- ja kandideerimisõiguse teostamise korra kohta;
- 5) teave kandideerimise ja hääletamise korra kohta.

§ 26. Valijakaart

(1) Rahvastikuregistri vastutav töötaja korraldab valijakaardi koostamise ja saatmise valijale hiljemalt 20. päeval enne valimispäeva. Valijakaarti ei saadeta valijale, kelle elukoha andmed on kohaliku omavalitsuse üksuse algatusel rahvastikuregistrisse kantud valla või linna, Tallinnas linnaosa täpsusega.

(2) Valijakaardile kantakse:

- 1) valija ees- ja perekonnanimi;
- 2) valija sünniaeg;

- 3) valija elukoha aadress;
- 4) selle valla või linna nimi ning valimisjaoskonna number, mille valijate nimekirja valija kantakse;
- 5) hääletamise aeg ja koht eelhääletamise päevadel ja valimispäeval.

(3) Valija, kes 15. päeval enne valimispäeva ei ole valijakaarti saanud või kelle valijakaardile kantud andmetes on vigu, võib pöörduda avaldusega valla- või linnasekretäri poole selgituse saamiseks või vigade parandamiseks. Valla- või linnasekretär vaatab avalduse koos valijakaardi koostanud isikuga viivitamata läbi ja vastab avaldusele kirjalikult kolme tööpäeva jooksul, arvates avalduse saamise päevast.

§ 27. Valijate nimekiri

(1) Rahvastikuregistri vastutav töötaja korraldab rahvastikuregistri andmete alusel iga valimisjaoskonna valijate nimekirja koostamise ja trükkimise ning selle jaoskonnakomisjonidele kättetoimetamise hiljemalt seitsmendaks päevaks enne valimispäeva.

(2) Valijate nimekirja koostamise aluseks on käesoleva seaduse § 24 lõikes 3 ettenähtud andmed valimispäevale eelneva 30. päeva seisuga. Valijate nimekirja koostamisel võetakse arvesse ka käesoleva seaduse § 24 lõike 3 punktides 1–6 nimetatud andmetes pärast valimispäevale eelnevat 30. päeva tehtud muudatused. Elukoha aadressiandmetes pärast valimispäevale eelnevat 30. päeva tehtud muudatusi arvesse ei võeta.

(3) Valijate nimekirja ei kanta isikut, kelle kohus on karistusregistri andmetel süüdi mõistnud kuriteos ja kes valimispäevale eelneva 30. päeva seisuga kannab valimispäevani vanglakaristust.

(4) Valija kantakse selle valimisjaoskonna valijate nimekirja, mille territooriumil asub tema rahvastikuregistrisse kantud elukoht 30. päeval enne valimispäeva. Kui valija elukoha andmed on kantud rahvastikuregistrisse valla või linna, Tallinnas linnaosa täpsusega, kantakse valija käesoleva seaduse § 10 lõike 2 punkti 5 alusel määratud valimisjaoskonna valijate nimekirja.

(5) Valijate nimekirja kantakse valija kohta järgmised andmed:

- 1) ees- ja perekonnanimi;
- 2) isikukood;
- 3) elukoha aadress.

(6) Valijad kantakse valijate nimekirja nende perekonnanimede järjekorras.

(7) Valijate nimekirja koostaja kirjutab valijate nimekirjale alla hiljemalt seitsmendal päeval enne valimispäeva ning jaoskonnakomisjoni esimees valimispäeval pärast hääletamise lõppemist.

(8) Valijate nimekirju säilitatakse alaliselt arhiivis.

[RT I 2004, 6, 32 - jõust. 14. 02. 2004]

§ 28. Valijate nimekirja avalikkus

(1) Valija võib kontrollida enda kohta valijate nimekirja kantud andmete õigsust.

(2) Pärast valimispäeva võivad valijate nimekirjaga põhjendatud huvi korral selleks vajalikus ulatuses tutvuda erakondade ja valimisliitude volitatud esindajad ning üksikkandidaadid ja nende volitatud esindajad, samuti võib neid kasutada teaduslikul eesmärgil.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 29. Valijate nimekirja kantud andmete õigsuse kontrollimine ja vea parandamine

(1) Kui valija leiab, et tema kohta valijate nimekirja kantud andmetes on vigu, esitab ta vigade parandamise avalduse jaoskonnakomisjonile, kes edastab selle viivitamata valla- või linnasekretärile.

- (2) Valla- või linnasekretär vaatab avalduse koos valijate nimekirja koostajaga läbi, vastab avaldajale ning teavitab avalduse läbivaatamise tulemustest jaoskonnakomisjoni.
- (3) Vea valijate nimekirjas parandab jaoskonnakomisjon valla- või linnasekretäri teatise alusel.
- (4) Kui jaoskonnakomisjonile esitatud dokumentidest nähtub üheselt, et valijate nimekirjas on viga, võib selle parandada jaoskonnakomisjon ise. Vea parandamisest tuleb viivitamata teatada valla- või linnasekretärile.

§ 30. Valijate nimekirjas muudatuste tegemine

- (1) Valijate nimekirjas tehakse muudatus üksnes juhul, kui:
- 1) valijate nimekirja tuleb kanda isik, keda ei ole üheski valijate nimekirjas, kuid kellel käesoleva seaduse kohaselt on õigus hääletamisest osa võtta;
 - 2) valijate nimekirjast tuleb kustutada isik, kellel ei ole õigust hääletamisest osa võtta.
- (2) Valijate nimekirjas muudatuse tegemiseks esitab isik rahvastikuregistrisse kandmiseks või valijate arvestuse aluseks olevate registriandmete muutmiseks avalduse valla- või linnasekretärile. Valla- või linnasekretär vaatab avalduse koos valijate nimekirja koostajaga läbi ja vastab isikule viivitamata.
- (3) Kui isik kantakse rahvastikuregistrisse või kui muudetakse valijate arvestuse aluseks olevaid registriandmeid selliselt, et see toob kaasa isiku kandmise valijate nimekirja, teavitab valla- või linnasekretär sellest jaoskonnakomisjoni viivitamata.
- (4) Muudatusi valijate nimekirjas teeb jaoskonnakomisjon valla- või linnasekretäri teatise alusel.
- (5) Kui valla- või linnasekretär jätab käesoleva paragrahvi lõikes 2 nimetatud avalduse rahuldamata, võib avaldaja esitada valla- või linnasekretäri toiminguga peale kaebuse oma elukohajärgsele halduskohtule. Kaebus esitatakse valla- või linnasekretärile, kes edastab selle 24 tunni jooksul asukohajärgsele halduskohtule koos omapoolsete kirjalike selgitustega.

(6) Halduskohus peab kaebuse läbi vaatama ja tegema otsuse kolme tööpäeva jooksul, arvates kaebuse saamise päevast.

(7) Halduskohus teeb ühe järgmistest otsustest:

- 1) jätta kaebus rahuldamata;
- 2) kaebus rahuldada ning teha valla- või linnasekretärile ettekirjutus korraldada isiku kandmine rahvastikuregistrisse või muuta valijate arvestuse aluseks olevaid registriandmeid.

(8) Kui halduskohus kaebuse rahuldab, kantakse isik viivitamata rahvastikuregistrisse või muudetakse tema andmeid ning see tehakse jaoskonnakomisjonile viivitamata teatavaks.

6. peatükk

KANDIDAATIDE REGISTREERIMISEKS ESITAMINE JA REGISTREERIMINE

§ 31. Erakond

[15. 07. 2002. a Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi kohtuotsus nr 3-4-1-7-02 tunnistab lõike 1 vastuolus olevaks põhiseaduse §-dega 11, 12 ja § 156 lg-ga 1]

(1) Volikogu valimistel võib osaleda erakond, kes on kantud mittetulundusühingute ja sihtasutuste registrisse hiljemalt kandidaatide registreerimiseks esitamise viimasel päeval.

(2) Justiitsminister saadab Vabariigi Valimiskomisjonile erakondade nimekirja hiljemalt 70. päeval enne valimispäeva. Nimekirja kantakse erakonnad, kes on mittetulundusühingute ja sihtasutuste registris 80. päeval enne valimispäeva.

(3) Erakond osaleb volikogu valimistel oma nime all.

(4) Erakond esitab kandidaatide registreerimiseks esitamisel valla või linna valimiskomisjonile kirjaliku teatise, milles on erakonna volitatud esindajate nimed, isikukoodid, aadressid ja sidevahendite numbrid. Teatisele kirjutab alla mittetulundusühingute seaduse (RT I 1996, 42, 811; 1998, 96, 1515; 1999, 10, 155;

23, 355; 67, 658; 2000, 55, 365; 88, 576; 2001, 56, 336; 93, 565) või erakonna põhikirja kohaselt erakonda esindama õigustatud isik. Kui erakonda ei ole käesoleva paragrahvi lõikes 2 märgitud nimekirjas, esitab erakond tõendi ka selle kohta, et ta on kantud mittetulundusühingute ja sihtasutuste registrisse.

(5) Erakond võib volitada vallas või linnas ennast esindama kuni kaks isikut.

[15. 07. 2002. a Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi kohtuotsus nr 3-4-1-7-02 - RT III 2002, 22, 251 - jõust. 15. 07. 2002]

§ 31¹. Valimisliit

(1) Hääleõiguslikud Eesti kodanikud ja Euroopa Liidu kodanikud võivad moodustada valimisliidu. Kodanik võib volikogu valimistel olla ainult ühe valimisliidu moodustajaks.

(2) Valimisliit esitatakse valla või linna valimiskomisjonile registreerimiseks varemalt 60. päeval ja hiljemalt 45. päeval enne valimispäeva.

(3) Valimisliidu registreerimiseks esitab valimisliidu volitatud esindaja valla või linna valimiskomisjonile avalduse. Avalduses märgitakse:

- 1) valla või linna nimi, mille volikogu valimisteks valimisliit moodustatakse;
- 2) valimisliidu nimi;
- 3) kuni kahe volitatud esindaja nimed, isikukoodid, aadressid ja sidevahendite numbrid;
- 4) valimisliidu moodustanud hääleõiguslike Eesti kodanike ja Euroopa Liidu kodanike nimed, isikukoodid ja allkirjad;
- 5) soovi korral muud valimisliidu tegevust puudutavad andmed.

(4) Valimisliidu nimi ei või olla ebaesteetiline ega eksitav. Eelmistel volikogu valimistel registreeritud valimisliidu nime võib kasutada juhul, kui üle poolte valimisliidu moodustajatest olid sama valimisliidu moodustajateks ka eelmistel valimistel. Keelatud on valimisliidu nimena kasutada erakonna või mõne muu valimisliidu nime või sellega eksitavalt sarnast nime.

(5) Valla või linna valimiskomisjon registreerib nõuetekohaselt registreerimiseks esitatud valimisliidu kolme päeva jooksul pärast käesoleva paragrahvi lõikes 3 märgitud dokumentide saamist.

(6) Valla või linna valimiskomisjon ei registreeri valimisliitu, kui selle registreerimiseks esitamise tähtaja jooksul ei ole esitatud käesoleva paragrahvi lõikes 3 märgitud dokumente või neis on puudusi või vigu või kui käesolevast seadusest tulenevalt ei ole valimisliidu moodustamine lubatud.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 32. Üksikkandidaat

[15. 07. 2002. a Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi kohtuotsus nr 3-4-1-7-02 tunnistab lõike 1 vastuolus olevaks põhiseaduse §-dega 11, 12 ja § 156 lg-ga 1]

(1) Üksikkandidaadina registreerimiseks võib end esitada ning registreerimiseks vajalikke toiminguid teha iga kandideerimisõiguslik isik (§ 5 lõiked 5 ja 6). Teise isiku võib üksikkandidaadina registreerimiseks esitada ning registreerimiseks vajalikke toiminguid sellekohase volikirja alusel teha iga isik, kellel on hääletamisõigus käesoleva seaduse § 5 lõigete 1, 3 ja 4 kohaselt.

(2) Üksikkandidaadi võib registreerimiseks esitada ainult ühes valimisringkonnas.

[15. 07. 2002. a Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi kohtuotsus nr 3-4-1-7-02 - RT III 2002, 22, 251 - jõust. 15. 07. 2002]

§ 33. Kandideerimisdokumendid

(1) Kandideerimisdokumendid on:

- 1) kandideerimisavaldus;
- 2) kandidaadi ankeet.

[15. 07. 2002. a Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi kohtuotsus nr 3-4-1-7-02 tunnistab lõike 2 p 1 vastuolus olevaks põhiseaduse §-dega 11, 12 ja § 156 lg-ga 1]

(2) Kandideerimisavalduses isik:

- 1) väljendab oma soovi kandideerida erakonna või valimisliidu nimekirjas või üksikkandidaadina;
- 2) kinnitab, et ta vastab käesolevas seaduses volikogu liikmekandidaadile esitatud nõuetele.

(3) Kandidaadi ankeedis tuleb esitada järgmised andmed:

- 1) ees- ja perekonnanimi;
- 2) isikukood;
- 3) erakondlik kuuluvus;
- 4) elukoha aadress;
- 5) sidevahendite numbrid.

(4) Kandidaadi ankeedis võib esitada järgmised andmed:

- 1) sünnikoht;
- 2) haridus ja eriala ning õppeasutuse nimetus ja lõpetamise aeg;
- 3) teaduskraad;
- 4) töökoht;
- 5) amet.

(5) Valla või linna valimiskomisjon ei avalda kandidaadi isikukoodi, elukoha aadressi ega sidevahendite numbreid.

(6) Kandidaat kasutab kandideerimisel oma nimena üksnes ees- ja perekonnanime.

(7) Kandideerimisavaldus ja kandidaadi ankeet allkirjastatakse kandidaadi poolt.

[15. 07. 2002. a Riigikohtu põhiseaduslikkuse järelevalve kolleegiumi kohtuotsus nr 3-4-1-7-02 - RT III 2002, 22, 251 - jõust. 15. 07. 2002]

§ 34. Kandidaatide ringkonnanimekiri

- (1) Erakond ja valimisliit koostavad kandidaatide ringkonnanimekirja.
- (2) Isik võib kandideerida ainult ühes valimisringkonnas.
- (3) Isik võib kandideerida ainult ühe erakonna või valimisliidu kandidaatide ringkonnanimekirjas. Kandidaatide nimekirjas ei või kandideerida üksikkandidaadina registreerimiseks esitatud isik.
- (4) Erakond või valimisliit võib ühes valimisringkonnas registreerimiseks esitada ainult ühe kandidaatide ringkonnanimekirja.
- (5) Kandidaatide järjestuse ringkonnanimekirjas määrab erakond või valimisliit.
- (6) Kandidaatide ringkonnanimekirjale kirjutavad alla erakonna või valimisliidu kõik volitatud esindajad.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 35. Kandidaatide registreerimiseks esitamine

- (1) Kandidaatide registreerimiseks esitamine algab 60. päeval enne valimispäeva. Erakond võib esitada oma kandidaadid pärast käesoleva seaduse § 31 lõikes 4 nimetatud teatise esitamist ja valimisliit pärast valimisliidu registreerimist.
- (2) Kandidaatide registreerimiseks esitamine lõpeb valimispäevale eelneval 40. päeval kell 18.00.
- (3) Kandidaatide registreerimiseks esitab erakond või valimisliit valla või linna valimiskomisjonile:
 - 1) kandidaatide registreerimise avalduse;
 - 2) kandidaatide ringkonnanimekirjad;
 - 3) iga kandidaadi kandideerimisdokumendid (§ 33 lõige 1).

(4) Üksikkandidaat esitab valla või linna valimiskomisjonile:

- 1) kandidaadi registreerimise avalduse;
- 2) kandideerimisdokumendid (§ 33 lõige 1).

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 36. Dokumentide vastuvõtmine ja tagastamine

(1) Valla või linna valimiskomisjon peab kandidaatide registreerimiseks esitamise kohta arvestust.

(2) Kandidaatide registreerimise dokumendid annab üle erakonna või valimisliidu volitatud esindaja. Üksikkandidaadi registreerimise dokumendid annab üle üksikkandidaat või tema volitatud esindaja.

(3) Kui valla või linna valimiskomisjonile ei ole esitatud kõiki nõutavaid dokumente, esitatud dokumentides on vigu, neis on andmeid puudu või nad ei ole Vabariigi Valimiskomisjoni kehtestatud vormi kohased, teeb dokumentide vastuvõtja dokumentide esitajale ettepaneku esitada nõutavad dokumendid või andmed või vormikohased dokumendid või parandada vead. Kõik esitatud dokumendid tagastatakse.

(4) Kui erakond, valimisliit või üksikkandidaat soovib kandidaatide registreerimise dokumentides teha muudatusi, tagastab valla või linna valimiskomisjon kõik esitatud dokumendid ning nende uuesti esitamisel loetakse dokumendid esmakordselt esitatuiks.

(5) Kui kandidaat kustutatakse isikliku avalduse alusel registreerimiseks esitatud kandidaatide nimekirjast, tagastab valla või linna valimiskomisjon talle kandideerimisdokumendid ja teavitab sellest erakonna, valimisliidu või üksikkandidaadi volitatud esindajat. Erakond või valimisliit kandidaatide registreerimise dokumente uuesti esitama ei pea.

(6) Kui erakond, valimisliit või üksikkandidaat esitab dokumendid valimispäevale eelneval 40. päeval enne kella 18.00 ning selgub, et ei ole esitatud kõiki nõutavaid dokumente, et dokumentides on andmeid puudu või ei ole need Vabariigi

Valimiskomisjoni kehtestatud vormi kohased või esitatud dokumentides on vigu, mida ei ole võimalik kohe parandada, võetakse dokumendid vastu. Dokumentide vastuvõtja teeb dokumentide esitajale ettepaneku esitada puuduvad dokumendid või andmed või Vabariigi Valimiskomisjoni kehtestatud vormi kohased dokumendid või parandada vead. Sellisel juhul peab erakond, valimisliit või üksikkandidaat nõutava toimingu tegema hiljemalt valimispäevale eelneval 38. päeval enne kella 18.00.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 37. Kandidaatide registreerimine

(1) Valla või linna valimiskomisjon registreerib kõik käesoleva seaduse nõuete kohaselt registreerimiseks esitatud isikud nende registreerimiseks esitamise järjekorras pärast kandidaatide registreerimiseks esitamise tähtaja lõppemist hiljemalt 35. päeval enne valimispäeva.

(2) Kandidaadile antakse registreerimisnumber. Registreerimisnumbrid algavad 101-st ja need antakse kandidaatidele erakondade ja valimisliitude nimekirjade kaupa. Üksikkandidaatidele antakse registreerimisnumbrid pärast erakondade ja valimisliitude kandidaatidele numbrite andmist. Numbrate andmise järjekord erakondade ja valimisliitude vahel ning üksikkandidaatide vahel selgitatakse liisu heitmisega.

(3) Kui käesoleva seaduse § 36 lõikes 6 nimetatud tähtaja jooksul ei ole erakond, valimisliit või üksikkandidaat teinud valla või linna valimiskomisjoni nõutud toiminguid, jätab valla või linna valimiskomisjon registreerimata:

- 1) kõik erakonna või valimisliidu poolt registreerimiseks esitatud kandidaadid, kui puuduvad käesoleva seaduse § 35 lõike 3 punktis 1 või 2 nimetatud dokumendid, neis on vigu või need ei ole vormikohased;
- 2) kandidaadi, kelle dokumente või andmeid on puudu, kelle dokumentides on vigu või kelle dokumendid ei ole vormikohased.

(4) Kandidaadi registreerimata jätmise kohta võtab valla või linna valimiskomisjon vastu põhistatud otsuse.

- (5) Valla või linna valimiskomisjon tühistab kandidaadi registreerimise otsuse, kui:
- 1) kandidaat loobub kandideerimast kirjaliku avalduse alusel, mille ta võib esitada kolme päeva jooksul pärast registreerimist;
 - 2) kandidaat sureb;
 - 3) tõendatakse, et kandidaat ei vasta käesoleva seaduse § 5 lõikes 5 või 6 ettenähtud nõuetele.
- (6) Valla või linna valimiskomisjon registreerib varem registreerimata jäetud isiku pärast käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud tähtaega, kui ta leiab, et isik vastab käesoleva seaduse § 5 lõigetes 5 ja 6 ettenähtud nõuetele, või kui maakonna valimiskomisjoni, Vabariigi Valimiskomisjoni või Riigikohtu otsusega on tunnistatud kehtetuks otsus, millega kandidaat jäeti registreerimata.
- (7) Registreerimisotsust võib tühistada ja registreerimata jäetud isikut registreerida hiljemalt eelhääletamise algusele eelneval päeval.

[RT I 2004, 71, 501 - jõust. 29. 10. 2004]

§ 38. Kandidaatide täiendav registreerimiseks esitamine

- (1) Kui mõnes valimisringkonnas on registreerimiseks esitatud kandidaate niisama palju või vähem, kui selles ringkonnas on mandaate, pöördub valla või linna valimiskomisjon erakondade ja selles vallas või linnas registreeritud valimisliitude poole ettepanekuga kandidaatide täiendavaks esitamiseks ning valijate poole üksikkandidaatide täiendavaks esitamiseks. Täiendavalt esitatud kandidaadid registreeritakse koos esialgselt registreerimiseks esitatud kandidaatidega hiljemalt 15. päeval enne valimispäeva.
- (2) Kandidaatide täiendavaks registreerimiseks esitamisel ja registreerimisel tuleb järgida käesoleva seaduse §-de 35–37 nõudeid.
- (3) Kui 15. päeval enne valimispäeva on mõnes valimisringkonnas kandidaate registreerimiseks esitatud niisama palju või vähem, kui selles ringkonnas on mandaate, võtab valla või linna valimiskomisjon vastu otsuse valimiste kuni ühe kuu

võrra edasilükkamise kohta selles valimisringkonnas. Sellisel juhul koostab ja avalikustab valla või linna valimiskomisjon samaaegselt ka valimiste korraldamise ajakava.

(4) Valimiste edasilükkamise korral käesoleva seaduse §-des 46–51 ettenähtut ei kohaldata.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 39. Valimisringkonna kandidaatide koondnimekiri ja kõikide volikogude liikmekandidaatide nimekiri

(1) Valla või linna valimiskomisjon koostab pärast kandidaatide registreerimist valimisringkonna kandidaatide koondnimekirja.

(2) Valimisringkonna kandidaatide koondnimekirja kantakse kandidaadid erakondade ja valimisliitude ringkonnanimikirjade kaupa registreerimisnumbrite järjekorras. Ringkonnanimikirja ette märgitakse selle esitanud erakonna või valimisliidu nimi. Üksikkandidaadid kantakse valimisringkonna kandidaatide koondnimekirja pärast erakondade ja valimisliitude ringkonnanimikirju registreerimisnumbrite järjekorras.

(3) Valimisringkonna kandidaatide koondnimekirja märgitakse iga kandidaadi kohta tema registreerimisnumber ja nimi. Kui ühes valimisringkonnas kandideerib mitu samanimelist kandidaati, märgitakse koondnimekirja ka nende sünniaeg.

(4) Valla või linna valimiskomisjon edastab valimisringkonna kandidaatide koondnimekirjad Vabariigi Valimiskomisjonile. Vabariigi Valimiskomisjon koostab kõikide volikogude liikmekandidaatide nimekirja.

(5) Valla või linna valimiskomisjon teavitab kõigist valla või linna kandidaatide koondnimekirja parandustest ja muudatustest viivitamata Vabariigi Valimiskomisjoni. Vabariigi Valimiskomisjon teavitab parandustest ja muudatustest teisi valimiskomisjone. Valimiskomisjonid teevad kõikide volikogude liikmekandidaatide nimekirja asjakohased parandused ja muudatused. Kandidaatide nimekirju ei muudeta pärast eelhääletamise algust.

7. peatükk

HÄÄLETAMISE KORD

§ 40. Hääletamisruum

(1) Hääletamine valimisjaoskonnas korraldatakse valla- või linnavalitsuse määratud hääletamisruumis. Hääletamiseks valimispäeval ja eelhääletamise päevadel võib määrata erinevad hääletamisruumid.

(2) Hääletamisruumis on hääletamissedelite väljaandmise kohad, hääletamiskabiinid ja hääletamiskast. Valimisjaoskonnas, kus korraldatakse väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletamist, on eelhääletamise ajal hääletamisruumis eraldi hääletamiskabiin ja hääletamiskast väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletavate valijate jaoks. Hääletamisruumis on välja pandud selle valimisringkonna kandidaatide koondnimekiri.

(3) Hääletamisruumis peab korda jaoskonnakomisjon. Jaoskonnakomisjoni liikme seaduslikud suulised korraldused on kohustuslikud kõigile hääletamisruumis viibivatele isikutele.

§ 41. Hääletamiskabiin

(1) Hääletamiskabiin peab võimaldama salajast hääletamist.

(2) Hääletamiskabiinis on laud ja kirjutusvahend. Hääletamiskabiini seinal on selle valimisringkonna kandidaatide koondnimekiri.

§ 42. Hääletamiskast

(1) Jaoskonnakomisjon kontrollib hääletamiskasti ja pitseerib selle enne hääletamise algust. Enne eelhääletamise algust pitseeritud hääletamiskasti kasutatakse üksnes eelhääletamisel.

(2) Hääletamiskasti ava on kaetud. See avatakse üksnes hääletamissedeli kasti laskmiseks.

(3) Eelhääletamise päevadel pitseerib jaoskonnakomisjon pärast hääletamise lõppemist eelhääletamisel kasutatud hääletamiskasti ava.

§ 43. Hääletamissedel

(1) Hääletamissedeli vormi kehtestab Vabariigi Valimiskomisjon.

(2) Vabariigi Valimiskomisjon korraldab hääletamissedelite valmistamise ning jaoskonnakomisjonidele kättetoimetamise.

(3) Pärast hääletamissedelite kättesaamist paneb jaoskonnakomisjon sedelitele jaoskonnakomisjoni pitsati jäljendi.

§ 44. Hääletamise aeg

(1) Valimispäeval algab hääletamine kell 9.00 ja lõpeb kell 20.00.

(2) Eelhääletamine toimub:

1) kolmeteistkümnendast päevast kuni üheksanda päevani enne valimispäeva maakonna valimiskomisjoni määratud valimisjaoskonnas. Hääletamine algab kell 12.00 ja lõpeb kell 20.00;

2) kuuendast päevast kuni neljanda päevani enne valimispäeva kõigis valimisjaoskondades ning elektrooniliselt. Hääletamine algab kell 12.00 ja lõpeb kell 20.00. Elektrooniliselt saab hääletada ööpäevaringselt.

(3) Kodus hääletamine korraldatakse käesolevas seaduses ettenähtud juhtudel valimispäeval.

(4) Kinnipidamiskohas hääletamine korraldatakse käesolevas seaduses ettenähtud juhtudel käesoleva paragrahvi lõike 2 punktis 2 ettenähtud päevadel.

[RT I 2004, 6, 32 - jõust. 14. 02. 2004]

§ 45. Hääletamine

- (1) Valija hääletab selles valimisjaoskonnas, mille valijate nimekirja ta on kantud, välja arvatud käesoleva seaduse §-des 47–51 ettenähtud juhtudel.
- (2) Hääletamissedeli saamiseks esitab valija jaoskonnakomisjonile isikut tõendava dokumendi. Hääletamissedeli saamise kohta annab valija allkirja valijate nimekirja.
- (3) Valija täidab hääletamissedeli hääletamiskabiinis.
- (4) Valija kirjutab hääletamissedelile selleks ettenähtud kohta ühe oma elukohajärgse valimisringkonna kandidaadi registreerimisnumbri, kelle poolt ta hääletab.
- (5) Valija täidab hääletamissedeli ise. Kui valija füüsilise puude tõttu ei ole võimeline hääletamissedelit ise täitma, võib seda tema palvel ja tema juuresolekul teha teine valija, kuid mitte tema elukohajärgse valimisringkonna kandidaat.
- (6) Kui valija rikub hääletamissedeli, on tal õigus saada jaoskonnakomisjonilt uus sedel. Sellisel juhul peab valija rikutud hääletamissedeli jaoskonnakomisjonile tagastama.
- (7) Pärast hääletamissedeli täitmist murrab valija sedeli kokku ning annab selle jaoskonnakomisjoni liikmele, kes paneb kokkumurtud hääletamissedeli välisküljele jaoskonnakomisjoni pitsati jäljendi.
- (8) Valija laseb hääletamissedeli hääletamiskasti ise. Kui valija füüsilise puude tõttu ei ole võimeline hääletamissedelit ise hääletamiskasti laskma, võib seda tema palvel teha teine valija tema juuresolekul.

§ 46. Eelhääletamine

- (1) Eelhääletamine toimub käesoleva seaduse §-s 45 ettenähtud korras.
- (2) Eelhääletamise õigus on valijate nimekirjas oleval valijal, kes selleks eelhääletamise päevaks on saanud 18-aastaseks.
- (3) Eelhääletamist korraldavad vähemalt kolm jaoskonnakomisjoni liiget.

(4) Jaoskonnakomisjoni liige märgib hääletanud valija kohta valijate nimekirja hääletamise kuupäeva.

(5) Jaoskonnakomisjon hoiab hääletamiskasti ja valimisdokumente eelhääletamise päevadel ja sellele järgnevatel päevadel selliselt, et neile pääsevad ligi üksnes jaoskonnakomisjoni liikmed.

§ 47. Väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda toimuva eelhääletamise erisused

(1) Valijal on eelhääletamise päevadel (§ 44 lõige 2) võimalik hääletada väljaspool oma elukohajärgset valimisjaoskonda maakonna valimiskomisjoni või valla- või linnavalitsuse poolt määratud valimisjaoskonnas või elektrooniliselt Vabariigi Valimiskomisjoni veebilehel.

(2) Väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda toimuvat hääletamist korraldab valla- või linnavalitsuse määratud jaoskonnakomisjon. Valla- või linnavalitsus võib määrata jaoskonnakomisjoni, kes korraldab lisaks eelhääletamisele hääletamist ainult valija asukohas (§ 49) või kinnipidamiskohas (§ 51).

(3) Maakonna valimiskomisjon, välja arvatud Harju Maakonna Valimiskomisjon ja Tartu Maakonna Valimiskomisjon, määrab oma otsusega hiljemalt 45. päeval enne valimispäeva vähemalt ühe maakonnakeskuses paikneva valimisjaoskonna, kus valijad saavad hääletada väljaspool oma elukohajärgset jaoskonda käesoleva seaduse § 44 lõike 2 punktis 1 ettenähtud päevadel. Maakonna valimiskomisjon avalikustab oma otsuse hiljemalt eelhääletamise algusele eelneval nädalal.

[RT I 2004, 6, 32 - jõust. 14. 02. 2004]

§ 48. Väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda toimuv eelhääletamine hääletamisruumis

(1) Väljaspool oma elukohajärgset valimisjaoskonda hääletamisruumis hääletada sooviv valija esitab jaoskonnakomisjoni liikmele isikut tõendava dokumendi ning ta kantakse väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletajate nimekirja.

(2) Jaoskonnakomisjoni liige annab valijale hääletamissedeli, kaks ümbrikku ja valija elukohajärgse valimisringkonna kandidaatide koondnimekirja. Valija annab hääletamissedeli saamise kohta allkirja väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletavate valijate nimekirja.

(3) Valija täidab hääletamissedeli käesoleva seaduse § 45 lõigetes 3–6 ettenähtut järgides.

(4) Valija paneb sedeli ühte jaoskonnakomisjoni liikme antud ümbrikku. Viimase paneb valija jaoskonnakomisjoni liikme antud teise ümbrikku. Valimisele ümbrikule kirjutab valija või jaoskonnakomisjoni liige valija nime, isikukoodi ja valija elukoha aadressi. Ümbriku laseb valija väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletavate valijate sedelitele ettenähtud hääletamiskasti.

§ 49. Väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda valija asukohas toimuv eelhääletamine

(1) Kui väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletada sooviv valija tervises seisundi või muu mõjuva põhjuse tõttu ei saa hääletada valimisjaoskonnas asuvas hääletamisruumis, võib ta kuni eelhääletamise viimase päeva kella 16.00-ni esitada kirjaliku taotluse oma asukohas hääletamiseks asukohajärgsele valla- või linnavalitsusele või käesoleva seaduse § 47 lõikes 2 ettenähtud jaoskonnakomisjonile. Jaoskonnakomisjon registreerib taotluse. Valla- või linnavalitsus registreerib taotluse ja edastab taotluse vastavale jaoskonnakomisjonile.

(2) Hääletamist korraldavad vähemalt kaks jaoskonnakomisjoni liiget käesoleva seaduse § 45 lõigetes 4–6 ning § 48 lõigetes 1, 2 ja 4 ettenähtut järgides.

§ 50. Elektrooniline hääletamine

(1) Valija, kellel on digitaalallkirja sertifikaat, saab käesoleva seaduse § 44 lõike 2 punktis 2 ettenähtud päevadel hääletada elektrooniliselt Vabariigi Valimiskomisjoni veebilehel. Valija hääletab ise.

(2) Valija tõendab oma isikut digitaalallkirja andmisega.

- (3) Pärast valija isiku tuvastamist kuvatakse veebilehel valijale tema elukohajärgse valimisringkonna kandidaatide koondnimekiri.
- (4) Valija märgistab veebilehel selle oma elukohajärgse valimisringkonna kandidaadi, kelle poolt ta hääletab, ning kinnitab hääletamist.
- (5) Valija saab veebilehel teate hääle arvestamise kohta.

[RT I 2004, 6, 32 - jõust. 14. 02. 2004]

§ 51. Hääletamine kinnipidamiskohas

- (1) Kinnipidamiskohas korraldatakse hääletamine käesoleva seaduse § 44 lõike 2 punktis 2 ettenähtud päevadel.
- (2) Kinnipidamiskoha juhtkond esitab taotluse hääletamise korraldamiseks käesoleva seaduse § 47 lõikes 2 ettenähtud korras määratud jaoskonnakomisjonile.
- (3) Hääletamist korraldavad vähemalt kaks jaoskonnakomisjoni liiget käesoleva seaduse § 45 lõigetes 4–6 ning § 48 lõigetes 1, 2 ja 4 ettenähtut järgides.
- (4) Hääletamistulemuste kindlakstegemisel arvestatakse kinnipidamiskohas eelhääletanud valijate hääli käesoleva seaduse §-s 53 ettenähtut järgides.

[RT I 2004, 6, 32 - jõust. 14. 02. 2004]

§ 52. Kodus hääletamine

- (1) Kui valija oma tervises seisundi või mõne muu mõjuva põhjuse tõttu ei saa hääletada hääletamisruumis, võib ta taotleda kodus hääletamist.
- (2) Kodus hääletamise korraldamiseks esitab valija elukohajärgsele valla- või linnavalitsusele või jaoskonnakomisjonile kuni valimispäeva kella 16.00-ni kirjaliku taotluse, mille jaoskonnakomisjon registreerib. Kui taotlus esitatakse valla- või

linnavalitsusele, registreerib see taotluse ja edastab asjaomasele jaoskonnakomisjonile.

(3) Kodus hääletamist korraldavad vähemalt kaks jaoskonnakomisjoni liiget käesoleva seaduse § 45 lõigetes 1, 2, 4, 5, 6 ja 8 ettenähtut järgides.

(4) Kodus hääletav valija annab hääletamissedeli saamise kohta allkirja kodus hääletavate valijate nimekirja.

§ 53. Eelhääletamise ajal väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda antud häälte arvestamine

(1) Jaoskonnakomisjon pakib väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletanud valijate hääletamissedelitega ümbrikud maakondade kaupa, Tallinna ja Tartu linna kaupa ja edastab need oma asukohajärgsele maakonna valimiskomisjonile.

(2) Maakonna valimiskomisjon edastab käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud hääletamissedelitega ümbrikud Vabariigi Valimiskomisjoni kaudu asjaomastele maakonna valimiskomisjonidele hiljemalt teisel päeval enne valimispäeva.

(3) Pärast elektroonilise hääletamise lõppu koostab Vabariigi Valimiskomisjon valimisjaoskonna kohta elektrooniliselt hääletanud valijate nimekirja ning edastab maakonna valimiskomisjonidele hiljemalt teisel päeval enne valimispäeva.

(4) Käesoleva paragrahvi lõigetes 2 ja 3 ettenähtud korras teistelt maakonna valimiskomisjonidelt saadud hääletamissedelitega ümbrikud ning elektrooniliselt hääletanud valijate nimekirjad edastab maakonna valimiskomisjon asjaomastele jaoskonnakomisjonidele hiljemalt valimispäevale eelneval päeval.

(5) Saanud hääletamissedelitega ümbrikud ja elektrooniliselt hääletanud valijate nimekirja käesoleva paragrahvi lõikes 4 ettenähtud korras, kontrollib jaoskonnakomisjon, kas valija on kantud valimisjaoskonna valijate nimekirja ja kas valija ei ole hääletanud mitu korda. Kontrollimise juures peab olema vähemalt kolm jaoskonnakomisjoni liiget.

(6) Kui valija ei ole kantud valimisjaoskonna valijate nimekirja või on hääletanud mitu korda, jätab jaoskonnakomisjon kõik valija käesoleva paragrahvi lõikes 4 ettenähtud korras saadud hääletamissedelid arvestamata. Kui valija on hääletanud mitu korda, sealhulgas elektrooniliselt, saadab jaoskonnakomisjon Vabariigi Valimiskomisjonile selle kohta viivitamata vastava teatise. Vabariigi Valimiskomisjon jätab teatise alusel valija elektroonilisel hääletamisel antud hääle arvestamata. Kui valija ei ole elukohajärgses valimisjaoskonnas hääletanud, teeb jaoskonnakomisjoni liige valijate nimekirja märke eelhääletamise kohta.

(7) Pärast käesoleva paragrahvi lõigetes 5 ja 6 ettenähtud toiminguid avab jaoskonnakomisjon välimised ümbrikud ning laseb sisemised hääletamissedelitega ümbrikud eelhääletamisel kasutatud hääletamiskasti ja pitseerib hääletamiskasti ava uuesti.

8. peatükk

HÄÄLETAMIS- JA VALIMISTULEMUSTE KINDLAKSTEGEMINE

§ 54. Hääletamistulemuste kindlakstegemine jaoskonnakomisjonis

(1) Jaoskonnakomisjon avab hääletamiskastid valimispäeval pärast hääletamise lõppemist. Avamise juures peab olema üle poole jaoskonnakomisjoni koosseisust.

(2) Enne hääletamiskastide avamist peab jaoskonnakomisjon üle lugema ja kustutama kõik valijatele välja andmata jäänud, samuti valijate tagastatud rikutud hääletamissedelid. Hääletamissedelid kustutatakse sedeli nurga äralõikamisega.

(3) Enne hääletamiskasti avamist teeb jaoskonnakomisjon valijate nimekirjade alusel kindlaks nimekirjadesse kantud valijate arvu ja nimekirjadesse hääletamissedeli saamise kohta antud allkirjade alusel sedeli saanud valijate arvu ning kannab need vormikohasesse protokoll.

(4) Hääletamiskasti avades kontrollitakse sellel oleva pitsati jäljendi seisukorda.

(5) Kodus hääletanute hääletamissedelite välisküljele pannakse jaoskonnakomisjoni pitsati jäljend ning sedelid pannakse hääletamisruumis hääletanute hääletamissedelite hulka.

(6) Väljaspool elukohajärgset valimisjaoskonda hääletanute hääletamissedeleid sisaldavad sisemised ümbrikud avatakse, hääletamissedelite välisküljele pannakse jaoskonnakomisjoni pitsati jäljend ning need sedelid pannakse koos eelhääletanute hääletamissedelitega valimispäeval hääletanute sedelite hulka.

(7) Jaoskonnakomisjon teeb hääletamiskastides olnud sedelite alusel kindlaks hääletamisest osavõtnud valijate arvu, kehtetute sedelite arvu ning kandidaatide, erakondadele ja valimisliitudele antud häälte arvu ning kannab need vormikohasesse protokoll.

(8) Kehtetuks tunnistatakse hääletamissedel:

- 1) millel ei ole jaoskonnakomisjoni pitsati kaht jäljendit;
- 2) millele ei ole kirjutatud ühegi kandidaadi registreerimisnumbrit või millele on neid kirjutatud rohkem kui üks;
- 3) millele kirjutatud numbriga kandidaati ei kandideeri selles valimisringkonnas;
- 4) millele kirjutatud kandidaadi registreerimisnumber on parandatud või
- 5) millele kirjutatud kandidaadi registreerimisnumber ei ole loetav.

(9) Kui hääletamissedelile ei ole kirjutatud ühegi kandidaadi registreerimisnumbrit, kuid valija tahe on üheselt arusaadav, loetakse hääletamissedel kehtivaks.

(10) Hääletamistulemuste kindlakstegemise kohta koostatakse vormikohane protokoll. Protokollile kirjutab alla komisjoni esimees. Protokolli märgitakse selle koostamise kuupäev ja kellaeg.

(11) Pärast hääletamistulemuste kindlakstegemist pakitakse kehtivad sedelid kandidaatide kaupa, eraldi pakkidesse pannakse kehtetud sedelid, valijatele välja andmata jäänud sedelid ja valijate tagastatud rikutud sedelid. Pakile märgitakse, millise valimisjaoskonna sedelid, millised ja kui palju neid pakis on. Märkele kirjutab alla jaoskonnakomisjoni esimees.

(12) Hääletamissedelid, valijate nimekirjad, hääletamistulemuste protokollid ning komisjoniliikmete eriarvamused edastatakse viivitamata valla või linna valimiskomisjonile.

(13) Hääletamistulemused tehakse jaoskonnakomisjonis kindlaks avalikult.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 55. Hääletamistulemuste kindlakstegemine valla ja linna valimiskomisjonis

(1) Jaoskonnakomisjonidelt laekunud protokollide alusel ning elektrooniliselt hääletanud valijate hääletamistulemuste alusel teeb valla või linna valimiskomisjon iga valimisringkonna kohta kindlaks valijate nimekirjadesse kantud valijate arvu, hääletamissedeli saanud valijate arvu, hääletamisest osavõtnud valijate arvu, kehtetute hääletamissedelite arvu ning kandidaatidele, erakondadele ja valimisliitudele antud häälte arvu. Saadud tulemust kontrollitakse hääletamissedelite ülelugemise teel.

(2) Kui hääletamissedelite ülelugemise teel saadud arvud erinevad jaoskonnakomisjoni protokollis olevatest, märgib valla või linna valimiskomisjon oma protokollis lisas erinevused ja neid tinginud asjaolud. Jaoskonnakomisjoni protokollis ei muudeta. Lõplike hääletamistulemuste kohta teeb otsustuse valla või linna valimiskomisjon.

(3) Valla või linna hääletamistulemuste kindlakstegemise kohta koostab valla või linna valimiskomisjon vormikohase protokollis, millele kirjutab alla komisjoni esimees. Protokollis märgitakse selle koostamise kuupäev ja kellaaeg.

(4) Elektroonilise hääletamise tulemusi ei avaldata enne hääletamise lõppemist valimispäeval.

(5) Hääletamistulemused tehakse valla või linna valimiskomisjonis kindlaks avalikult.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 56. Valimistulemuste kindlakstegemine

(1) Iga valimisringkonna kohta arvutatakse lihtkvoot, mis saadakse valimisringkonnas antud kehtivate häälte arvu jagamisel selle ringkonna mandaatide arvuga.

(2) Valituks osutub kandidaat, kellele antud häälte arv ületab lihtkvoodi või on sellega võrdne.

- (3) Valimisringkonnas lihtkvoodi alusel jaotamata jäänud mandaadid jaotatakse nimekirjamandaatidena nende erakondade ja valimisliitude vahel, kelle kandidaadid kogusid vastavas vallas või linnas kokku vähemalt 5 protsenti häältest.
- (4) Nimekirjamandaatide jaotamiseks reastatakse kandidaadid ringkonnanimekirjades vastavalt igapähele antud häälte arvule. Kui vähemalt kahele kandidaadile on antud võrdne arv häáli, siis reastatakse ettepoole kandidaat, kes paiknes nimekirjas eespool. Sama erakonna või valimisliidu ringkonnanimekirjas olevate kandidaatide hääled liidetakse.
- (5) Nimekirjamandaadid jaotatakse modifitseeritud d'Hondti jagajate meetodil jagajate jadadega $1, 2^{0,9}, 3^{0,9}, 4^{0,9}$ jne. Seejuures jäetakse iga erakonna või valimisliidu võrdlusarvude arvutamisel vahele nii mitu jada esimest elementi, kui mitu mandaati sai erakond või valimisliit vastavas valimisringkonnas lihtkvoodi alusel. Kui vähemalt kahe erakonna või valimisliidu võrdlusarvud on võrdsed, saab mandaadi erakond või valimisliit, kelle kandidaadid on varem registreeritud.
- (6) Ümberreastatud kandidaatidega ringkonnanimekirjas (lõige 4) saab nimekirjamandaadi kandidaat, kes on selles nimekirjas eespool. Mandaatide jaotamisel jäetakse vahele need kandidaadid, kes osutusid valituks lihtkvoodi alusel.
- (7) Erakond või valimisliit ei või saada rohkem mandaate, kui on tema ringkonnanimekirjas kandidaate.
- (8) Kui erakonna või valimisliidu kandidaat sureb pärast eelhääletamise algust, jäävad temale antud hääled sellele erakonnale või valimisliidule. Kui üksikkandidaat sureb pärast eelhääletamise algust, siis temale antud häáli valimistulemuste kindlakstegemisel ei arvestata.
- (9) Kui valimisringkonna kandidaatide koondnimekirjas on ainult üksikkandidaadid, osutuvad valituks enim häáli saanud kandidaadid. Kui vähemalt kahele kandidaadile on antud võrdne arv häáli, osutub valituks kandidaat, kes registreeriti varem.
- (10) Kui pärast mandaatide jaotamist lihtkvoodi alusel ja nimekirjamandaatidena on osa mandaate jaotamata, osutub valituks ülejäänud kandidaatidest enim häáli saanu.

(11) Valimistulemuste kohta koostab valla või linna valimiskomisjon protokoll, millele kirjutab alla komisjoni esimees. Protokoll märgitakse selle koostamise kuupäev ja kellaaeg.

(12) Valimistulemused tehakse valla või linna valimiskomisjonis kindlaks avalikult.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

9. peatükk

VOLIKOGU TÄIENDAVATE VALIMISTE ERISUSED

§ 57. Täiendavate valimiste erisused

(1) Täiendavad valimised viiakse läbi käesoleva seaduse kohaselt käesolevas peatükis ettenähtud erisusi arvestades.

(2) Täiendavatel valimistel saavad hääletamisest osa võtta isikud, kes vastavad käesoleva seaduse § 5 lõigetes 1–4 ettenähtud tingimustele ja kelle püsiv elukoht, see tähendab elukoht, mille aadressiandmed on kantud rahvastikuregistrisse, asub valimiste väljakuulutamise päeval selles vallas või linnas.

(3) Täiendavatel valimistel saavad kandideerida isikud, kes vastavad käesoleva seaduse § 5 lõigetes 5 ja 6 ettenähtud tingimustele ja kelle püsiv elukoht, see tähendab elukoht, mille aadressiandmed on kantud rahvastikuregistrisse, asub valimiste väljakuulutamise päeval selles vallas või linnas.

(4) Täiendavateks valimisteks uut valla või linna valimiskomisjoni ega uusi jaoskonnakomisjone ei moodustata.

(5) Täiendavate valimiste korral peab kandidaatide registreerimiseks esitamiseks ja registreerimiseks jääma kokku vähemalt 15 päeva.

(6) Kui täiendavate valimiste ettevalmistamiseks ja korraldamiseks valla- või linnaeelarves vahendeid ei jätku, kaetakse valimistega seotud kulud maavanema taotlusel ja näidatud ulatuses riigieelarvest. Täiendavate valimiste läbiviimiseks riigieelarvest saadud eraldis peetakse kinni vastava valla või linna järgmise aasta

eelarvest. Vabariigi Valitsusel on õigus vähendada tagasimakstavat summat või vabastada vald või linn tagasimaksmise kohustusest.

(7) Täiendavatel valimistel ei kohaldata käesoleva seaduse §-des 46–51 ettenähtut.

10. peatükk

VALIMISTE KULUD

§ 58. Valimiste korraldamise kulud

(1) Valla- või linnavalitsuse, valla ja linna valimiskomisjoni ning jaoskonnakomisjoni kulud, mis on seotud valimiste korraldamisega, kaetakse valla- või linnaeelarvest.

(2) Vabariigi Valimiskomisjoni ja maakonna valimiskomisjoni kulud kaetakse riigieelarvest.

(3) Vabariigi Valimiskomisjon koostab Vabariigi Valimiskomisjoni ja maakonna valimiskomisjonide valimiskulude eelarve projekti.

(4) Vabariigi Valimiskomisjon otsustab eelarve kulude jaotuse, lähtudes riigieelarves määratud eraldiste suurusest.

(5) Valijate arvestusega (5. peatükk) seotud kulud kaetakse riigieelarvest Siseministeeriumi eelarves selleks ettenähtud rahast.

§ 59. Erakonna, valimisliidu ja üksikkandidaadi valimiskampaania rahastamise aruanne

(1) Erakond esitab korruptsioonivastase seaduse § 14 lõikes 2 nimetatud Riigikogu komisjonile ühe kuu jooksul, arvates valimispäevast, aruande valimiskampaania kulude ning kasutatud vahendite päritolu kohta (edaspidi *aruanne*).

Korruptsioonivastase seaduse § 14 lõikes 2 nimetatud Riigikogu komisjon avalikustab aruanded.

(2) Valimisliit ja üksikkandidaat esitavad aruande valla või linna valimiskomisjonile ühe kuu jooksul, arvates valimispäevast. Valla või linna valimiskomisjon avalikustab aruanded.

(3) [Kehtetu - RT I 2002, 57, 355 - jõust. 18. 07. 2002]

(4) Kui nimekirjas kandideerinud isik tegi valimiskampaaniaks kulutusi erakonna või valimisliidu kampaania kuludest eraldi, peab aruanne sisaldama andmeid ka nende kulude kohta. Nimetatud kuludele kohaldatakse vastavalt erakonna või valimisliidu aruande kohta ettenähtut.

(5) [Kehtetu – RT I 2003, 90, 601 – jõust. 1. 01. 2004]

(6) Aruanne koosneb vahendite päritolu osast ja kulude osast.

[RT I 2003, 90, 601 – jõust. 1. 01. 2004]

§ 60. Valimiskampaaniaks kasutatud vahendid

(1) Erakond, valimisliit ja üksikkandidaat märgivad aruandes:

- 1) vahendite laekumise kuupäeva;
- 2) vahendite liigi;
- 3) vahendite väärtuse kroonides;
- 4) vahendite eraldaja nime ja isiku- või registrikoodi.

(2) Erakonnale laekunud vahendite liigid on:

- 1) erakonna põhikirjaga kehtestatud liikmemaksud;
- 2) füüsiliste isikute annetused;
- 3) eraldised riigieelarvest;
- 4) tulu erakonna varalt;
- 5) laen või krediit erakonnaseaduse (RT I 1994, 40, 654; 1996, 37, 739; 42, 811; 1998, 59, 941; 1999, 27, 393; 2002, 21, 117; 29, 174; 42, 264; 57, 355; 102, 602; 2003, 4, 22; 90, 601) § 12¹ lõikes 4 sätestatud tingimustel.

(3) Valimisliidule ja üksikkandidaadile laekunud vahendite liigid on:

- 1) annetus (rahaline annetus, mitterahaline annetus ja tegevustoetus);
- 2) pärand;
- 3) laen;
- 4) isiklikud vahendid.

(4) Anonüümsed ja varjatud annetused on keelatud.

[RT I 2004, 6, 32 - jõust. 14. 02. 2004]

§ 61. Valimiskampaania kulud

(1) Erakond, valimisliit ja üksikkandidaat märgivad aruandes:

- 1) kulutuse tegemise kuupäeva;
- 2) makse saaja nime ja isiku- või registrikoodi;
- 3) makse aluseks oleva arve numbrit;
- 4) mille eest maksti;
- 5) makse summa kroonides.

(2) Kulude liigid on:

- 1) reklaamikulud (eraldi märgitakse kulutused trükistele, telereklaamile, raadioreklaamile ning reklaamile ajalehtedes ja ajakirjades);
- 2) suhtekorralduskulud;
- 3) kulud publikatsioonidele;
- 4) transpordikulud;
- 5) rendikulud;
- 6) avalike ürituste korraldamise kulud;
- 7) sidekulud;
- 8) postikulud;
- 9) muud kulud.

(3) Kuluaruandes märgitakse ka andmed tasumata lepinguliste maksete ja maksmata arvete kohta. Tasumata lepinguliste maksete ja maksmata arvete tasumise kohta esitavad erakond, valimisliit ja üksikkandidaat täiendava aruande.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

11. peatükk
KAEBUSED

§ 62. Kaebuse mõiste

Käesoleva seaduse tähenduses on kaebus maakonna valimiskomisjonile või Vabariigi Valimiskomisjonile esitatav käesoleva seaduse nõuete kohaselt vormistatud taotlus vaadata läbi ja tühistada valimiskomisjoni otsus või tunnistada seadusevastaseks valimiskomisjoni toiming.

§ 63. Nõuded kaebusele

(1) Kaebus vormistatakse kirjalikult ning selles märgitakse:

- 1) selle organi nimi, kellele kaebus esitatakse;
- 2) kaebuse esitaja nimi, postiaadress ja sidevahendite numbrid;
- 3) andmed vaidlustatava otsuse kohta või vaidlustatava toimingu kirjeldus;
- 4) selgelt väljendatud taotlus;
- 5) kaebuse põhistus;
- 6) kuupäev.

(2) Kaebusele kirjutab alla selle esitaja. Erakonna või valimisliidu kaebusele kirjutab alla erakonna või valimisliidu volitatud esindaja.

(3) Kui kaebus ei vasta käesoleva paragrahvi lõigetes 1 ja 2 ettenähtud nõuetele või kui kaebus on esitatud käesoleva seaduse §-des 64 ja 65 ettenähtud korda rikkudes, võib organ, kellele kaebus esitatakse, jätta selle läbi vaatamata ning tagastada kaebuse selle esitajale.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 64. Jaoskonnakomisjoni toiminguga ja valla või linna valimiskomisjoni otsuse või toiminguga peale kaebuse esitamise ja kaebuse läbivaatamise kord

(1) Kui üksikisik, kandidaat, valimisliit või erakond (edaspidi *huvitatud isik*) leiab, et jaoskonnakomisjoni toiminguga või valla või linna valimiskomisjoni otsuse või toiminguga rikutakse tema õigusi, võib ta esitada kaebuse maakonna valimiskomisjonile.

(2) Kaebus tuleb esitada maakonna valimiskomisjonile kolme päeva jooksul, arvates käesoleva paragrahvi lõikes 1 ettenähtud otsuse või toimingu tegemisest.

(3) Maakonna valimiskomisjon peab kaebuse läbi vaatama ja selle kohta otsuse tegema kolme tööpäeva jooksul, arvates kaebuse laekumisest. Maakonna valimiskomisjon edastab otsuse kaebuse esitajale viivitamata.

(4) Kaebus vaadatakse läbi avalikult. Maakonna valimiskomisjon teatab kaebuse esitajale kaebuse läbivaatamise aja ja koha.

(5) Maakonna valimiskomisjon teeb ühe järgmistest otsustest:

- 1) jätta kaebus rahuldamata;
- 2) kaebus rahuldada;
- 3) kaebus rahuldada osaliselt.

(6) Kui maakonna valimiskomisjon kaebuse rahuldab, võib ta otsustada:

- 1) peatada jaoskonnakomisjoni või valla või linna valimiskomisjoni liikme tegevuse, kes on seadust rikkunud;
- 2) tunnistada jaoskonnakomisjoni toimingut või valla või linna valimiskomisjoni otsuse või toimingut seadusevastaseks ning teha jaoskonnakomisjonile või valla või linna valimiskomisjonile ettekirjutuse seaduserikkumise kõrvaldamiseks;
- 3) teha Vabariigi Valimiskomisjonile ettepaneku tunnistada hääletamistulemused valimisjaoskonnas kehtetuks ning korraldada valimisjaoskonnas kordushääletamine, kui seaduserikkumine mõjutas või võis hääletamistulemusi oluliselt mõjutada.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 65. Maakonna valimiskomisjoni otsuse või toimingut peale kaebuse esitamise ja kaebuse läbivaatamise kord

(1) Kui huvitatud isik leiab, et maakonna valimiskomisjoni otsuse või toiminguga rikutakse tema õigusi, võib ta esitada kaebuse Vabariigi Valimiskomisjonile. Isik, kelle käesoleva seaduse § 64 lõikes 1 nimetatud kaebuse jättis maakonna valimiskomisjon rahuldamata, võib esitada kaebuse Vabariigi Valimiskomisjonile.

(2) Kaebus esitatakse vaidlustatava otsuse või toimingu teinud või vaidlustatud toimingu peale esitatud kaebuse läbi vaadanud maakonna valimiskomisjonile käesoleva paragrahvi lõikes 1 ettenähtud otsuse või toimingu tegemisest alates kolme päeva jooksul. Maakonna valimiskomisjon edastab kaebuse omapoolse kirjaliku selgitusega viivitamata Vabariigi Valimiskomisjonile.

(3) Vabariigi Valimiskomisjon peab kaebuse läbi vaatama ja selle suhtes otsuse tegema kolme tööpäeva jooksul, arvates kaebuse laekumisest. Vabariigi Valimiskomisjon edastab otsuse kaebuse esitajale viivitamata.

(4) Kaebus vaadatakse läbi avalikult. Vabariigi Valimiskomisjon teatab kaebuse esitajale kaebuse läbivaatamise aja ja koha.

(5) Vabariigi Valimiskomisjon teeb ühe järgmistest otsustest:

- 1) jätta kaebus rahuldamata;
- 2) kaebus rahuldada;
- 3) kaebus rahuldada osaliselt.

(6) Kui Vabariigi Valimiskomisjon kaebuse rahuldab, võib ta otsustada:

- 1) peatada jaoskonnakomisjoni, valla või linna valimiskomisjoni või maakonna valimiskomisjoni liikme tegevuse, kes on seadust rikkunud;
- 2) tühistada valla või linna valimiskomisjoni või maakonna valimiskomisjoni otsuse või tunnistada jaoskonnakomisjoni, valla või linna valimiskomisjoni või maakonna valimiskomisjoni toimingu seadusevastaseks ning teha jaoskonnakomisjonile, valla või linna valimiskomisjonile või maakonna valimiskomisjonile ettekirjutuse seaduserikkumise kõrvaldamiseks;
- 3) tunnistada hääletamistulemused valimisjaoskonnas, valimisringkonnas või vallas või linnas kehtetuks ning korraldada kordushääletamine, kui seaduserikkumine mõjutas või võis hääletamistulemusi oluliselt mõjutada.

§ 66. Valimiskomisjoni otsuse või toimingu peale kaebuse esitamine

(1) Kui huvitatud isik leiab, et jaoskonnakomisjoni toiminguga, valla või linna valimiskomisjoni otsuse või toiminguga, maakonna valimiskomisjoni otsuse või toiminguga või Vabariigi Valimiskomisjoni otsuse või toiminguga rikutakse tema

õigusi, võib ta esitada põhiseaduslikkuse järelevalve kohtumenetluse seaduses (RT I 2002, 29, 174) ettenähtud korras kaebuse Riigikohtule.

(2) Kaebuse valimiskomisjoni otsuse või toimingu peale võib Riigikohtule esitada pärast asja lahendamist Vabariigi Valimiskomisjonis. Kaebus esitatakse Riigikohtule kolme päeva jooksul Vabariigi Valimiskomisjoni otsuse teatavakstegemisest või toimingu sooritamisest arvates Vabariigi Valimiskomisjoni kaudu.

§ 67. Hääletamistulemuste kehtetuks tunnistamine

(1) Kui Vabariigi Valimiskomisjon või Riigikohus on tunnistanud hääletamistulemused valimisjaoskonnas, valimisringkonnas, vallas või linnas kehtetuks, määrab Vabariigi Valimiskomisjon uue valimispäeva ja vastavates valimisjaoskondades, valimisringkondades, valdades või linnades korraldatakse kordushääletamine. Volikogu valimiste tulemus tehakse kindlaks pärast kordushääletamise tulemuste selgumist.

(2) Kordushääletamisel käesoleva seaduse §-des 46–51 ettenähtut ei kohaldata.

11¹. peatükk

VASTUTUS

[RT I 2002, 63, 387 - jõust. 1. 09. 2002]

§ 67¹. Andmete või materjalide esitamata jätmine või valimiskomisjoni otsuse mittetäitmine

(1) Andmete või materjalide esitamata jätmise eest valimiste korraldamiseks, samuti valimiskomisjoni otsuse mittetäitmise eest – karistatakse rahatrahviga kuni 20 trahviühikut.

(2) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 sätestatud väärteole kohaldatakse karistusseadustiku (RT I 2001, 61, 364) üldosa ja väärteomenetluse seadustiku (RT I 2002, 50, 313) sätteid.

(3) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 sätestatud väärteo kohtuväline menetleja on politseiprefektuur.

12. peatükk LÕPPSÄTTED

§ 68. Volikogu liikmete registreerimine ja nende volituste algamine

(1) Valla või linna valimiskomisjon registreerib valitud volikogu liikmed oma otsusega pärast valimispäeva, kui Vabariigi Valimiskomisjonile ja Riigikohtule kaebuste esitamise tähtaeg on möödunud või kui nimetatud kaebuste kohta on tehtud lõplikud otsused.

(2) Käesoleva seaduse §-s 67 ettenähtud juhul registreerib valla või linna valimiskomisjon valitud volikogu liikmed oma otsusega pärast kordushääletamise päeva, arvestades käesoleva paragrahvi lõikes 1 ettenähtut.

(3) Valimistulemused loetakse väljakuulutatuks ja volikogu liikme volitused algavad valla või linna valimiskomisjoni käesoleva paragrahvi lõikes 1 või 2 märgitud otsuse avalikustamisele järgneval päeval.

(4) Täiendavatel valimistel valitud volikogu liikmete volitused lõpevad samaaegselt käesoleva seaduse §-s 2 ettenähtud ajal valitud volikogu liikmete volitustega.

(5) Valla või linna valimiskomisjon kutsub valitud volikogu kokku hiljemalt seitsmendal päeval pärast valimistulemuste väljakuulutamise päeva.

§ 69. Volikogu asendusliikmete registreerimine

(1) Valla või linna valimiskomisjon registreerib volikogu asendusliikmed oma otsusega. Valla või linna valimiskomisjon edastab otsuse volikogu esimehele.

(2) Asendusliikmed registreeritakse valimisringkondade kaupa erakondadele ja valimisliitudele, kelle kandidaadid kogusid vastavas vallas või linnas kokku vähemalt 5 protsenti kehtivatest häältest. Kui valimisringkonna kandidaatide koondnimekirjas on ainult üksikkandidaadid, registreeritakse asendusliikmeteks samas valimisringkonnas valimata jäänud üksikkandidaadid.

(3) Asendusliikmeteks registreeritakse valimata jäänud kandidaadid reastatult saadud häälte arvu järgi. Kui kandidaadid said valijatelt häáli võrdselt, siis paigutatakse ettepoole kandidaat, kes paiknes erakonna või valimisliidu ringkonnanimikirjas eespool.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 70. Lisamandaatide registreerimine

(1) Lisamandaatide jaotamise aluseks on erakondade ja valimisliitude võrdlusarvude tabel, mis on kinnitatud valla või linna valimiskomisjoni otsusega. Valla või linna valimiskomisjon edastab otsuse volikogu esimehele.

(2) Võrdlusarvude tabelis on erakondadele ja valimisliitudele arvutatud võrdlusarvud (§ 56 lõige 5) suuruse järjekorras, alates võrdlusarvust, mis esimesena jäi nimekirjamandaatide jaotamisel arvesse võtmata.

(3) Kui vähemalt kaks võrdlusarvu on võrdsed, saab kõrgema järjekoha valijatelt rohkem häáli saanud erakonna või valimisliidu võrdlusarv. Kui erakondade või valimisliitude häälte arvud on võrdsed, saab kõrgema järjekoha erakond või valimisliit, kelle kandidaadid on varem registreeritud.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

§ 70¹. [Kehtetu – RT III 2005, 13, 128 – jõust. 19. 04. 2005]

§-d 71--73. [Käesolevast tekstist välja jäetud]

§ 74. Seaduse jõustumine

- (1) Käesolev seadus jõustub kümnendal päeval pärast Riigi Teatajas avaldamist.
- (2) Paragrahv 71 ja § 72 punkt 2 jõustuvad 2005. aasta 17. oktoobril.
- (3) Paragrahvi 72 punkt 1 jõustub 2002. aasta 21. oktoobril.
- (4) Paragrahvi 5 lõiked 1 ja 5, § 14 lõiked 1 ja 2, § 17 lõike 4 punkt 3 § 25, § 31¹ lõige 1 ja lõike 3 punkt 4 Euroopa Liidu kodanike kohta ettenähtu osas jõustuvad Eesti ühinemisel Euroopa Liiduga.
- (5) Elektroonilist hääletamist ei rakendata enne 2005. aastat.

[RT I 2002, 68, 407 – jõust. 7. 08. 2002]

Lisa 5. Kampania sissetulekud ja väljaminekud USAs (reguleerib valimisreklaami)

- New York State Consolidated Laws
 - Election

ARTICLE 14

CAMPAIGN RECEIPTS AND EXPENDITURES

Section 14-100. Definitions.

14-102. Statements of campaign receipts, contributions, transfers and expenditures to and by political committees.

14-104. Statements of campaign receipts, contributions, transfers and expenditures by and to candidates.

14-106. Political advertisements and literature.

14-108. Time for filing statements.

14-110. Place for filing statements.

14-112. Political committee authorization statement.

14-114. Contribution and receipt limitations.

14-116. Political contributions by certain organizations.

14-118. Treasurer and depository of political committee; filing

of name and address.

14-120. Campaign contribution to be under true name of contributor.

14-122. Accounting to treasurer or candidate; vouchers.

14-124. Exceptions.

14-126. Violations; penalties.

14-127. Notice of civil penalty to authorizing candidate.

14-128. Disposition of anonymous contributions.

14-130. Campaign funds for personal use.

S 14-100. Definitions. As used in this article: 1. "political committee" means any corporation aiding or promoting and any committee, political club or combination of one or more persons operating or co-operating to aid or to promote the success or defeat of a political party or principle, or of any ballot proposal; or to aid or take part in the election or defeat of a candidate for public office or to aid or take part in the election or defeat of a candidate for nomination at a primary election or convention, including all proceedings prior to such primary election, or of a candidate for any party position voted for at a primary election, or to aid or defeat the nomination by petition of an independent candidate for public office; but nothing in this article shall apply to any committee or organization for the discussion or advancement of political questions or principles without connection with any vote or to a national committee organized for the election of presidential or vice-presidential candidates; provided, however, that a person or corporation making a contribution or contributions to a candidate or a political committee which has filed pursuant to section 14-118 shall not, by that fact alone, be deemed to be a political committee as herein defined.

2. "party committee" means any committee provided for in the rules of the political party in accordance with section two-one hundred of this chapter, other than a constituted committee.

3. "constituted committee" means a state committee, a county committee or a duly constituted subcommittee of a county committee;

4. "duly constituted subcommittee of a county committee" means, outside the city of New York, a city, town or village committee, and, within the city of New York, an assembly district committee, which consists of all county committee members from the city, town, village or assembly district, as the case may be, and only such members;

5. "non-candidate expenditures" means expenditures made by a party committee or a constituted committee to maintain a permanent headquarters and staff and carry on ordinary party activities not promoting the candidacy of specific candidates;

6. "district" means the entire state or any part thereof, as the case may be;

7. "candidate" means an individual who seeks nomination for election, or election, to any public office or party position to be voted for at a primary, general or special or New York city community school district election or election for trustee of the Long Island Power Authority, whether or not the public office or party position has been specifically identified at such time and whether or not such individual is nominated or elected, and, for purposes of this subdivision, an individual shall be deemed to seek nomination for election, or election, to an office or position, if he has (1) taken the action necessary to qualify himself for nomination for election, or election, or (2) received contributions or made expenditures, given his consent for any other person to receive contributions or make expenditures, with a view to bringing about his nomination for election, or election, to any office or position at any time whether in the year in which such contributions or expenditures are made or at any other time; and

8. "legislative leader" means any of the following: the speaker of the assembly; the minority leader of the assembly; the temporary president of the senate and the minority leader of the senate.

9. "contribution" means:

(1) any gift, subscription, outstanding loan (to the extent provided for in section 14-114 of this chapter), advance, or deposit of money or any thing of value, made in connection with the nomination for election, or election, of any candidate, or made to promote the success or defeat

of a political party or principle, or of any ballot proposal,

(2) any funds received by a political committee from another political committee to the extent such funds do not constitute a transfer,

(3) any payment, by any person other than a candidate or a political committee authorized by the candidate, made in connection with the nomination for election or election of any candidate, or any payment made to promote the success or defeat of a political party or principle, or of any ballot proposal including but not limited to compensation for the personal services of any individual which are rendered in connection with a candidate's election or nomination without charge; provided however, that none of the foregoing shall be deemed a contribution if it is made, taken or performed by a candidate or his spouse or by a person or a political committee independent of the candidate or his agents or authorized political committees. For purposes of this article, the term "independent of the candidate or his agents or authorized political committees" shall mean that the candidate or his agents or authorized political committees did not authorize, request, suggest, foster or cooperate in any such activity; and provided further, that the term contribution shall not include:

(A) the value of services provided without compensation by individuals who volunteer a portion or all of their time on behalf of a candidate or political committee,

(B) the use of real or personal property and the cost of invitations, food and beverages voluntarily provided by an individual to a candidate or political committee on the individual's residential premises for candidate-related activities to the extent such services do not exceed five hundred dollars in value, and

(C) the travel expenses of any individual who on his own behalf volunteers his personal services to any candidate or political committee to the extent such expenses are unreimbursed and do not exceed five hundred dollars in value.

10. "transfer" means any exchange of funds or any thing of value between political committees authorized by the same candidate and taking part solely in his campaign, or any exchange of funds between a party or

constituted committee and a candidate or any of his authorized political committees.

11. "election" means all general, special and primary elections, but shall not include elections provided for pursuant to the education law, special district elections, fire district elections or library district elections.

S 14-102. Statements of campaign receipts, contributions, transfers and expenditures to and by political committees. 1. The treasurer of every political committee which, or any officer, member or agent of any such committee who, in connection with any election, receives or expends any money or other valuable thing or incurs any liability to pay money or its equivalent shall file statements sworn, or subscribed and bearing a form notice that false statements made therein are punishable as a class A misdemeanor pursuant to section 210.45 of the penal law, at the times prescribed by this article setting forth all the receipts, contributions to and the expenditures by and liabilities of the committee, and of its officers, members and agents in its behalf. Such statements shall include the dollar amount of any receipt, contribution or transfer, or the fair market value of any receipt, contribution or transfer, which is other than of money, the name and address of the transferor, contributor or person from whom received, and if the transferor, contributor or person is a political committee; the name of and the political unit represented by the committee, the date of its receipt, the dollar amount of every expenditure, the name and address of the person to whom it was made or the name of and the political unit represented by the committee to which it was made and the date thereof, and shall state clearly the purpose of such expenditure. Any statement reporting a loan shall have attached to it a copy of the evidence of indebtedness. Expenditures in sums under fifty dollars need not be specifically accounted for by separate items in said statements, and receipts and contributions aggregating not more than ninety-nine dollars, from any one contributor need not be specifically accounted for by separate items in said statements, provided however, that such

expenditures, receipts and contributions shall be subject to the other provisions of section 14-118 of this article.

2. Notwithstanding the provisions of subdivision one hereof, if the expenditures made and liabilities incurred in any calendar year by any political committee for the purpose of aiding or promoting the success or defeat of one or more ballot proposals are less than five thousand dollars and less than fifty percent of all the expenditures made and liabilities incurred by such committee in such year, then such committee shall be required to report only those contributions which are made to such committee exclusively for the purpose of aiding or promoting the success or defeat of such proposal or proposals, but such committee shall be required to report all expenditures made and liabilities incurred for such purposes. Nothing contained in this subdivision shall be construed to relieve any political committee aiding or promoting the success or defeat of a candidate from any of the reporting requirements imposed by this article.

3. The state board of elections shall promulgate regulations with respect to the accounting methods to be applied in preparing the statements required by the provisions of this article and shall provide forms suitable for such statements.

4. Any committee which is required to file statements with the state board of elections pursuant to this article and which raises or spends or expects to raise or spend more than one thousand dollars in any calendar year shall file all such statements pursuant to the electronic reporting system prescribed by the state board of elections as set forth in subdivision nine-A of section 3-102 of this chapter. Notwithstanding the provisions of this subdivision, upon the filing of a sworn statement by the treasurer of a political committee which states that such political committee does not have access to the technology necessary to comply with the electronic filing requirements of subdivision nine-A of section 3-102 of this chapter and that filing by such means would constitute a substantial hardship for such political committee, the state board of elections may issue an exemption from the electronic filing requirements of this article.

S 14-104. Statements of campaign receipts, contributions, transfers and expenditures by and to candidates. 1. Any candidate for election to public office, or for nomination for public office at a contested primary election or convention, or for election to a party position at a primary election, shall file statements sworn, or subscribed and bearing a form notice that false statements made therein are punishable as a class A misdemeanor pursuant to section 210.45 of the penal law, at the times prescribed by this article setting forth the particulars specified by section 14-102 of this article, as to all moneys or other valuable things, paid, given, expended or promised by him to aid his own nomination or election, or to promote the success or defeat of a political party, or to aid or influence the nomination or election or the defeat of any other candidate to be voted for at the election or primary election or at a convention, including contributions to political committees, officers, members or agents thereof, and transfers, receipts and contributions to him to be used for any of the purposes above specified, or in lieu thereof, any such candidate may file such a sworn statement at the first filing period, on a form prescribed by the state board of elections that such candidate has made no such expenditures and does not intend to make any such expenditures, except through a political committee authorized by such candidate pursuant to this article. A committee authorized by such a candidate may fulfill all of the filing requirements of this act on behalf of such candidate.

2. Statements filed by any political committee authorized by a candidate pursuant to this article which is required to file such statements with the state board of elections and which raises or spends or expects to raise or spend more than one thousand dollars in any calendar year shall file all such statements pursuant to the electronic reporting system prescribed by the state board of elections as set forth in subdivision nine-A of section 3-102 of this chapter. Notwithstanding the provisions of this subdivision, upon the filing of a sworn statement by the treasurer of a political committee authorized by a candidate

pursuant to this article which states that such committee does not have access to the technology necessary to comply with the electronic filing requirements of subdivision nine-A of section 3-102 of this chapter and that filing by such means would constitute a substantial hardship for such committee, the state board of elections may issue an exemption from the electronic filing requirements of this article.

S 14-106. Political advertisements and literature. The statements required to be filed under the provisions of this article next succeeding a primary, general or special election shall be accompanied by a facsimile or copy of all advertisements, pamphlets, circulars, flyers, brochures, letterheads and other printed matter purchased or produced and a schedule of all radio or television time, and scripts used therein, purchased in connection with such election by or under the authority of the person filing the statement or the committee or the person on whose behalf it is filed, as the case may be. Such facsimiles, copies, schedules and scripts shall be preserved by the officer with whom or the board with which it is required to be filed for a period of one year from the date of filing thereof.

S 14-108. Time for filing statements. 1. The statements required by this article shall be filed at such times as the state board of elections, by rule or regulation, shall specify; provided, however, that in no event shall the board provide for fewer than three filings in the aggregate in connection with any primary, general or special election, or in connection with a question to be voted on and two of said filings shall be before any such election, including one such filing not less than thirty days nor more than forty-five days prior to such election and one such filing not less than eleven days nor more than fifteen days prior to such election. In addition, the board shall provide that every political committee which has filed a statement of treasurer and depository shall make at least one filing every six months between the time such statement of treasurer and depository is filed and the time such committee goes out of business. If any candidate or committee shall

be required by the provisions of this section, or by rule or regulation hereunder, to effect two filings within a period of five days, the state board of elections may, by rule or regulation, waive the requirement of filing the earlier of such statements. If a statement filed by a candidate or committee after the election to which it pertains is not a final statement showing satisfaction of all liabilities and disposition of all assets, such candidate or committee shall file such additional statements as the board shall, by rule or regulation provide until such a final statement is filed.

2. Each statement shall cover the period up to and including the fourth day next preceding the day specified for the filing thereof; provided, however, that any contribution or loan in excess of one thousand dollars, if received after the close of the period to be covered in the last statement filed before any primary, general or special election but before such election, shall be reported, in the same manner as other contributions, within twenty-four hours after receipt.

3. Each statement shall be preserved by the officer with whom or the board with which it is required to be filed for a period of five years from the date of filing thereof.

4. Each statement shall constitute a part of the public records of such officer or board and shall be open to public inspection.

5. The state board of elections or other board of elections, as the case may be, shall not later than ten days after the last day to file any such statement notify each person required to file any such statement which has not been received by such board by such tenth day in accordance with this article of such person's failure to file such statement timely. Such notice shall be in writing and mailed to the last known residence or business address of such person by certified mail, return receipt requested. Failure to file within five days of receipt of such notice shall constitute prima facie evidence of a willful failure to file. If the person required to file such statement is a treasurer who has stated that the committee has been authorized by one or more candidates, a copy of such notice shall be sent to each such candidate

by first class mail. A copy of any such notice sent by a board of elections other than the state board of elections shall be sent by such other board to the state board.

6. A statement shall be deemed properly filed when deposited in an established post-office within the prescribed time, duly stamped, certified and directed to the officer with whom or to the board with which the statement is required to be filed, but in the event it is not received, a duplicate of such statement shall be promptly filed upon notice by such officer or such board of its non-receipt.

7. On the twentieth day following the date by which such statements were required to be filed, the state board of elections shall prepare and make available for public inspection and distribution a list of those persons and committees from whom it has not yet received such statement.

S 14-110. Place for filing statements. The places for filing the statements required by this article shall be determined by rule or regulation of the state board of elections; provided, however, that the statements of a candidate for election to the office of governor, lieutenant governor, attorney general, comptroller, member of the legislature, delegate to a constitutional convention, justice of the supreme court or for nomination for any such office at a primary election and of any committee aiding or taking part in the designation, nomination, election or defeat of candidates for one or more of such offices or promoting the success or defeat of a question to be voted on by the voters of the entire state shall be filed with the state board of elections and in such other places as the state board of elections may, by rule or regulation provide.

S 14-112. Political committee authorization statement. Any political committee aiding or taking part in the election or nomination of any candidate, other than by making contributions, shall file, in the office in which the statements of such committee are to be filed pursuant to this article, either a sworn verified statement by the treasurer of such

committee that the candidate has authorized the political committee to aid or take part in his election or that the candidate has not authorized the committee to aid or take part in his election.

S 14-114. Contribution and receipt limitations. 1. The following limitations apply to all contributions to candidates for election to any public office or for nomination for any such office, or for election to any party positions, and to all contributions to political committees working directly or indirectly with any candidate to aid or participate in such candidate's nomination or election, other than any contributions to any party committee or constituted committee:

a. In any election for a public office to be voted on by the voters of the entire state, or for nomination to any such office, no contributor may make a contribution to any candidate or political committee, and no candidate or political committee may accept any contribution from any contributor, which is in the aggregate amount greater than: (i) in the case of any nomination to public office, the product of the total number of enrolled voters in the candidate's party in the state, excluding voters in inactive status, multiplied by \$.005, but such amount shall be not less than four thousand dollars nor more than twelve thousand dollars as increased or decreased by the cost of living adjustment described in paragraph c of this subdivision, and (ii) in the case of any election to a public office, twenty-five thousand dollars as increased or decreased by the cost of living adjustment described in paragraph c of this subdivision; provided however, that the maximum amount which may be so contributed or accepted, in the aggregate, from any candidate's child, parent, grandparent, brother and sister, and the spouse of any such persons, shall not exceed in the case of any nomination to public office an amount equivalent to the product of the number of enrolled voters in the candidate's party in the state, excluding voters in inactive status, multiplied by \$.025, and in the case of any election for a public office, an amount equivalent to the product of the number of registered voters in the state excluding voters in inactive status, multiplied by \$.025.

b. In any other election for party position or for election to a public office or for nomination for any such office, no contributor may make a contribution to any candidate or political committee and no candidate or political committee may accept any contribution from any contributor, which is in the aggregate amount greater than: (i) in the case of any election for party position, or for nomination to public office, the product of the total number of enrolled voters in the candidate's party in the district in which he is a candidate, excluding voters in inactive status, multiplied by \$.05, and (ii) in the case of any election for a public office, the product of the total number of registered voters in the district, excluding voters in inactive status, multiplied by \$.05, however in the case of a nomination within the city of New York for the office of mayor, public advocate or comptroller, such amount shall be not less than four thousand dollars nor more than twelve thousand dollars as increased or decreased by the cost of living adjustment described in paragraph c of this subdivision; in the case of an election within the city of New York for the office of mayor, public advocate or comptroller, twenty-five thousand dollars as increased or decreased by the cost of living adjustment described in paragraph c of this subdivision; in the case of a nomination for state senator, four thousand dollars as increased or decreased by the cost of living adjustment described in paragraph c of this subdivision; in the case of an election for state senator, six thousand two hundred fifty dollars as increased or decreased by the cost of living adjustment described in paragraph c of this subdivision; in the case of an election or nomination for a member of the assembly, twenty-five hundred dollars as increased or decreased by the cost of living adjustment described in paragraph c of this subdivision; but in no event shall any such maximum exceed fifty thousand dollars or be less than one thousand dollars; provided however, that the maximum amount which may be so contributed or accepted, in the aggregate, from any candidate's child, parent, grandparent, brother and sister, and the spouse of any such persons, shall not exceed in the case of any election for party position or nomination for public office an amount equivalent to the number of

enrolled voters in the candidate's party in the district in which he is a candidate, excluding voters in inactive status, multiplied by \$.25 and in the case of any election to public office, an amount equivalent to the number of registered voters in the district, excluding voters in inactive status, multiplied by \$.25; or twelve hundred fifty dollars, whichever is greater, or in the case of a nomination or election of a state senator, twenty thousand dollars, whichever is greater, or in the case of a nomination or election of a member of the assembly twelve thousand five hundred dollars, whichever is greater, but in no event shall any such maximum exceed one hundred thousand dollars.

c. At the beginning of each fourth calendar year, commencing in nineteen hundred ninety-five, the state board shall determine the percentage of the difference between the most recent available monthly consumer price index for all urban consumers published by the United States bureau of labor statistics and such consumer price index published for the same month four years previously. The amount of each contribution limit fixed in this subdivision shall be adjusted by the amount of such percentage difference to the closest one hundred dollars by the state board which, not later than the first day of February in each such year, shall issue a regulation publishing the amount of each such contribution limit. Each contribution limit as so adjusted shall be the contribution limit in effect for any election held before the next such adjustment.

2. For purposes of this section, contributions other than of money shall be evaluated at their fair market value. The state board of elections shall promulgate regulations, consistent with law, governing the manner of computing fair market value.

3. As used in this section the term "contributor" shall not include a party committee supporting the candidate of such party or a constituted committee supporting the candidate of such party.

4. For purposes of this section, a portion of every contribution to a party committee, expended as other than non-candidate expenditures, and a portion of every contribution to a political committee authorized to support more than one candidate, shall be deemed contributed to every

candidate supported by such committee. That portion shall be determined by allocating the contributions received by the committee among all the candidates supported by the committee in accordance with any formula based upon reasonable standards established by the committee. The statements filed by such committee in accordance with this article shall set forth, in addition to the other information required to be set forth, the total amount received by the committee from each contributor on behalf of all such candidates and the amount of each such contribution allocated to each candidate by dollar amount and percentage. Nothing in this subdivision shall require allocating contributions expended on non-candidate expenditures to candidates.

5. No constituted committee may expend, in any twelve month period terminating on the day of a general election, other than as non-candidate expenditures, any portion of any individual contribution which exceeds, in the case of a state committee, one-half of one cent for each registered voter in the state, or, in the case of any other constituted committee, the greater of one cent for each registered voter in the district in which the committee is organized or five hundred dollars. The number of such voters shall be determined as of the date of such general election or as of the date of the general election in whichever of the preceding four years shall result in the greatest number.

6. a. A loan made to a candidate or political committee, other than a constituted committee, by any person, firm, association or corporation other than in the regular course of the lender's business shall be deemed, to the extent not repaid by the date of the primary, general or special election, as the case may be, a contribution by such person, firm, association or corporation.

b. A loan made to a candidate or political committee, other than a constituted committee, by any person, firm, association or corporation in the regular course of the lender's business shall be deemed, to the extent not repaid by the date of the primary, general or special election, as the case may be, a contribution by the obligor on the loan and by any other person endorsing, cosigning, guaranteeing,

collateralizing or otherwise providing security for the loan.

7. For the purposes of this section, the number of registered or enrolled voters shall be determined as of the date of the general, special or primary election, as the case may be or as of the date of the general election in any of the preceding four years, whichever date shall result in the greatest number and candidates running jointly for the offices of governor and lieutenant governor in a general or special election shall be deemed to be one candidate.

8. Except as may otherwise be provided for a candidate and his family, no person may contribute, loan or guarantee in excess of one hundred fifty thousand dollars within the state in connection with the nomination or election of persons to state and local public offices and party positions within the state of New York in any one calendar year. For the purposes of this subdivision "loan" or "guarantee" shall mean a loan or guarantee which is not repaid or discharged in the calendar year in which it is made.

10. a. No contributor may make a contribution to a party or constituted committee and no such committee may accept a contribution from any contributor which, in the aggregate, is greater than sixty-two thousand five hundred dollars per annum.

b. At the beginning of each fourth calendar year, commencing in nineteen hundred ninety-five, the state board shall determine the percentage of the difference between the most recent available monthly consumer price index for all urban consumers published by the United States bureau of labor statistics and such consumer price index published for the same month four years previously. The amount of such contribution limit fixed in paragraph a of this subdivision shall be adjusted by the amount of such percentage difference to the closest one hundred dollars by the state board which, not later than the first day of February in each such year, shall issue a regulation publishing the amount of such contribution limit. Such contribution limit as so adjusted shall be the contribution limit in effect for any election held before the next such adjustment.

S 14-116. Political contributions by certain organizations. 1. No corporation or joint-stock association doing business in this state, except a corporation or association organized or maintained for political purposes only, shall directly or indirectly pay or use or offer, consent or agree to pay or use any money or property for or in aid of any political party, committee or organization, or for, or in aid of, any corporation, joint-stock or other association organized or maintained for political purposes, or for, or in aid of, any candidate for political office or for nomination for such office, or for any political purpose whatever, or for the reimbursement or indemnification of any person for moneys or property so used. Any officer, director, stock-holder, attorney or agent of any corporation or joint-stock association which violates any of the provisions of this section, who participates in, aids, abets or advises or consents to any such violations, and any person who solicits or knowingly receives any money or property in violation of this section, shall be guilty of a misdemeanor.

2. Notwithstanding the provisions of subdivision one of this section, any corporation or an organization financially supported in whole or in part, by such corporation may make expenditures, including contributions, not otherwise prohibited by law, for political purposes, in an amount not to exceed five thousand dollars in the aggregate in any calendar year; provided that no public utility shall use revenues received from the rendition of public service within the state for contributions for political purposes unless such cost is charged to the shareholders of such a public service corporation.

S 14-118. Treasurer and depository of political committee; filing of name and address. 1. Every political committee shall have a treasurer and a depository, and shall cause the treasurer to keep detailed, bound accounts of all receipts, transfers, loans, liabilities, contributions and expenditures, made by the committee or any of its officers, members or agents acting under its authority or in its behalf. All such accounts shall be retained by a treasurer for a period of five years from the

date of the filing of the final statement with respect to the election, primary election or convention to which they pertain. No officer, member or agent of any political committee shall receive any receipt, transfer or contribution, or make any expenditure or incur any liability until the committee shall have chosen a treasurer and depository and filed their names in accordance with this subdivision. There shall be filed in the office in which the committee is required to file its statements under section 14-110 of this article, within five days after the choice of a treasurer and depository, a statement giving the name and address of the treasurer chosen, the name and address of any person authorized to sign checks by such treasurer, the name and address of the depository chosen and the candidate or candidates or ballot proposal or proposals the success or defeat of which the committee is to aid or take part; provided, however, that such statement shall not be required of a constituted committee and provided further that a political committee which makes no expenditures, to aid or take part in the election or defeat of a candidate, other than in the form of contributions, shall not be required to list the candidates being supported or opposed by such committee. Such statement shall be signed by the treasurer and all other persons authorized to sign checks. Any change in the information required in any statement shall be reported, in an amended statement filed in the same manner and in the same office as an original statement filed under this section, within two days after it occurs. Only a banking organization authorized to do business in this state may be designated a depository hereunder.

2. No candidate, political committee, or agent thereof may receive from any one person an aggregate amount greater than one hundred dollars except in the form of a check, draft or other instrument payable to the candidate, political committee or treasurer and signed or endorsed by the donor; except that such a candidate, political committee or agent may receive contributions in amounts greater than one hundred dollars which are made by credit card, provided that such candidate, political committee or agent preserves, together with the other accounts which such candidate, committee or agent is required to preserve pursuant to

the provisions of this article, a copy of the document which was submitted to secure payment of the funds so contributed. All such checks, drafts or other instruments shall be deposited in the account of the candidate or committee in the designated depository. No candidate or political committee shall expend an amount in excess of one hundred dollars except by check drawn on the depository and signed by the candidate or person authorized to sign checks by him or in the case of a political committee, the treasurer or a person authorized to sign checks by him.

3. Every candidate who receives or expends any money or other valuable thing or incurs any liability to pay money or its equivalent shall keep and retain detailed, bound accounts as provided in subdivision a of this section.

S 14-120. Campaign contribution to be under true name of contributor.

1. No person shall in any name except his own, directly or indirectly, make a payment or a promise of payment to a candidate or political committee or to any officer or member thereof, or to any person acting under its authority or in its behalf or on behalf of any candidate, nor shall any such committee or any such person or candidate knowingly receive a payment or promise of payment, or enter or cause the same to be entered in the accounts or records of such committee, in any name other than that of the person or persons by whom it is made.

2. Notwithstanding subdivision one of this section, a partnership, as defined in section ten of the partnership law, may be considered a separate entity for the purposes of this section, and as such may make contributions in the name of said partnership without attributing such contributions to the individual members of the partnership provided that any such contribution made by a partnership to a candidate or to a political committee, shall not exceed, twenty-five hundred dollars. In the event that such partnership contribution to any such candidate or political committee exceeds twenty-five hundred dollars, the aggregate amount of such contribution shall be attributed to each partner whose share of the contribution exceeds ninety-nine dollars.

S 14-122. Accounting to treasurer or candidate; vouchers. 1. Whoever, acting as an officer, member or agent of a political committee, or as an agent of a candidate for election to public office, or for nomination for public office at a primary election or convention, or for election to party position at a primary election, receives any receipt, contribution or transfer, or makes any expenditure or incurs any liability, shall, within three days after demand and in any event within fourteen days after any such receipt, transfer, contribution, expenditure, or liability, give to the treasurer of such committee, or to such candidate if an agent authorized by him a detailed account of the same, with all vouchers required by this article, which shall be a part of the accounts and files of such treasurer or such candidate.

2. Every payment required to be accounted for, unless the total expense payable to any one person be not in excess of ten dollars; shall be vouched for by a receipted bill stating the particulars of expense.

S 14-124. Exceptions. 1. This article shall not apply to any person, association or corporation engaged in the publication or distribution of any newspaper or other publication issued at regular intervals in respect to the ordinary conduct of such business.

2. The filing requirements and the expenditure, contribution and receipt limits of this article shall not apply to any candidate or committee who or which engages exclusively in activities on account of which, pursuant to the laws of the United States, there is required to be filed a statement or report of the campaign receipts, expenditures and liabilities of such candidate or committee with an office or officers of the government of the United States, provided a copy of each such statement or report is filed in the office of the state board of elections.

2-a. The provisions of sections 14-102, 14-112 and subdivision one of section 14-118 of this article shall not apply to a political committee supporting or opposing candidates for state or local office which, pursuant to the laws of the United States, is required to file a

statement or report of the campaign receipts, expenditures and liabilities of such committee with an office or officer of the government of the United States, provided that such committee makes no expenditures to aid or take part in the election or defeat of a candidate for state or local office other than in the form of contributions which do not exceed in the aggregate one thousand dollars in any calendar year, and provided further, that a copy of the federal report which lists such contributions is filed with the appropriate board of elections at the same time that it is filed with the federal filing office or officer.

3. The contribution and receipt limits of this article shall not apply to monies received and expenditures made by a party committee or constituted committee to maintain a permanent headquarters and staff and carry on ordinary activities which are not for the express purpose of promoting the candidacy of specific candidates.

4. No candidate and no political committee taking part solely in his campaign and authorized to do so by him in accordance with this article and no committee involved solely in promoting the success or defeat of a ballot proposal shall be required to file a statement required by sections 14-102 and 14-104 of this article if at the close of the reporting period for which such statement would be required neither the aggregate receipts nor the aggregate expenditures by and on behalf of such candidate or to promote the success or defeat of such proposal, by such candidate or such political committee or committees exceed one thousand dollars and such candidate or such committee files, on the filing date otherwise provided, a statement, sworn or subscribed and bearing a form notice that false statements made therein are punishable as a class A misdemeanor pursuant to section 210.45 of the penal law, stating that each of such aggregate receipts and aggregate expenditures does not exceed one thousand dollars.

5. The provisions of sections 14-104 and 14-112, and subdivision a of section 14-118 shall not apply to any candidate for member of a county committee of a political party or any candidate for delegate or alternate delegate to a judicial district convention if the campaign

expenditures made by or on behalf of such candidate do not exceed fifty dollars.

6. The provisions of sections 14-102, 14-104 and 14-118 respectively, of this article shall not apply to a candidate or a committee taking part solely in his campaign and authorized to do so by him in accordance with the provisions of this article in a campaign for election to public office or to a committee involved solely in promoting the success or defeat of a ballot proposal in a city, town or village having a population of less than ten thousand, as shown by the latest federal or state census or enumeration, unless the aggregate receipts of said candidate and his authorized committees or the committees promoting the success or defeat of a proposal or the aggregate expenditures made by such candidate and his authorized committees or the committees promoting the success or defeat of a proposal exceed one thousand dollars.

7. No candidate who is unopposed in a primary election and no political committee authorized by him pursuant to the provisions of this article and taking part solely in his campaign shall be required to file the two statements of receipts, expenditures and contributions required by this article to be filed immediately prior to such uncontested primary election, provided that all the information which would be required to be filed in such statements for a candidate for election to public office shall be contained in the first statement required to be filed in connection with the ensuing general election.

8. A political committee formed solely to promote the success or defeat of any ballot proposal submitted to vote at a public election is exempt from filing statements required by this article until that committee has received or expended an amount in excess of one hundred dollars.

S 14-126. Violations; penalties. 1. Any person who fails to file a statement required to be filed by this article shall be subject to a civil penalty, not in excess of five hundred dollars, to be recoverable in a special proceeding or civil action to be brought by the state board of elections or other board of elections.

2. Any person who knowingly and willfully fails to file a statement required to be filed by this article within ten days after the date provided for filing such statement or any person who knowingly and willfully violates any other provision of this article shall be guilty of a misdemeanor.

3. Any person who knowingly and willfully contributes, accepts or aids or participates in the acceptance of a contribution in an amount exceeding an applicable maximum specified in this article shall be guilty of a misdemeanor.

4. Any person who shall, acting on behalf of a candidate or political committee, knowingly and willfully solicit, organize or coordinate the formation of activities of one or more unauthorized committees, make expenditures in connection with the nomination for election or election of any candidate, or solicit any person to make any such expenditures, for the purpose of evading the contribution limitations of this article, shall be guilty of a class E felony.

S 14-127. Notice of civil penalty to authorizing candidate. If any person fails to file a statement of campaign receipts and expenditures for a candidate authorized political committee, and thereafter said person is a party to recovery of a civil penalty in a special proceeding or civil action brought by the state board of elections or other board of elections under section 14-126 of this article, said board of elections shall also provide the authorizing candidate with actual notice of the civil penalty, and the special proceeding or civil action by certified mail, return receipt requested, or by personal service.

S 14-128. Disposition of anonymous contributions. Any anonymous contributions received by a campaign treasurer, political committee or agency thereof shall not be used or expended, but the same shall be paid over to the comptroller of the state of New York for deposit in the general treasury of the state unless, before the date for filing statements and reports as herein provided, the identity of such anonymous contributor shall become known, and, in such event the

anonymous contribution shall be returned to such contributor or retained and properly reported as a contribution from such contributor.

S 14-130. Campaign funds for personal use. Contributions received by a candidate or a political committee may be expended for any lawful purpose. Such funds shall not be converted by any person to a personal use which is unrelated to a political campaign or the holding of a public office or party position.

<http://caselaw.lp.findlaw.com/nycodes/c31/a43.html>

Lisa 6. Reklaamiseadus Eestis

Väljaandja: Riigikogu

Akti või dokumendi liik: seadus

Teksti liik: terviktekst

Redaktsiooni jõustumise kp.: 01.01.2006

Redaktsiooni kehtivuse lõpp: Hetkel kehtiv

REKLAAMISEADUS

Vastu võetud 11. 06. 1997. a seadusega (RT I 1997, 52, 835), jõustunud 1. 01. 1998.

Muudetud järgmiste seadustega (vastuvõtmise aeg, avaldamine Riigi Teatajas, jõustumise aeg):

18.02.1999 (RT I 1999, 27, 388) 27.03.1999

25.02.1999 (RT I 1999, 30, 415) 1.01.2000

14.02.2001 (RT I 2001, 23, 127) 1.05.2001

9.05.2001 (RT I 2001, 50, 284) 1.01.2002

5. 06. 2002 (RT I 2002, 53, 336) 1. 07. 2002

19. 06. 2002 (RT I 2002, 61, 375) 1. 08. 2002

19. 06. 2002 (RT I 2002, 63, 387) 1. 09. 2002

8. 04. 2004 (RT I 2004, 27, 177) 1. 05. 2004

12. 05. 2004 (RT I 2004, 45, 315) 27. 05. 2004

13. 10. 2004 (RT I 2004, 75, 520) 1. 12. 2004

16. 12. 2004 (RT I 2005, 2, 4) 1. 03. 2005

23. 03. 2005 (RT I 2005, 20, 126) 1. 01. 2006

1. peatükk

ÜLDSÄTTED

§1. Seaduse ülesanne

(1) Reklaamiseadus sätestab reklaami mõiste, kehtestab reklaami üldnõuded, reklaami piirangud ning nende ulatuse, reklaami eritingimused ning reguleerib reklaamialase tegevuse järelevalvet ja kehtestab vastutuse käesoleva seaduse rikkumise eest.

(2) Käesolevas seaduses ettenähtud haldusmenetlusele kohaldatakse haldusmenetluse seaduse (RT I 2001, 58, 354) sätteid, arvestades käesoleva seaduse erisusi.

[RT I 2002, 61, 375 - jõust. 1. 08. 2002]

§2. Reklaami mõiste

(1) Käesolevas seaduses käsitletakse reklaamina teavet, mis avalikustatakse toodete või teenuste müügi suurendamise, ürituse või idee edendamise või mõnes muus vallas mõne muu soovitud tagajärje saavutamise eesmärgil ning mida reklaami avalikustaja tasu eest või mõnel muul vastaval kaalutlusel levitab.

(2) Reklaami avalikustajana käsitletakse käesolevas seaduses reklaami avalikku esitajat, üldsusele näitajat, üldsusele ülekandjat, tootjat, vahendajat või tellijat.

§3. Reklaami põhinõuded

(1) Reklaami sisu, kujundus ja esitusviis peavad olema sellised, mis üldsuse tavalise tähelepanu juures tagavad arusaamise, et tegemist on reklaamiga.

(2) Reklaamis peab sisalduma selgelt eristatav teave reklaami avalikustaja kohta. Selline teave peab reklaamis sisalduma tekstina või Eestis registreeritud kaubamärgi kaudu.

2. peatükk

REKLAAMI ÜLDNÕUDED

§4. Eksitav reklaam

(1) Eksitav on reklaam, mis ükskõik millisel viisil, kaasa arvatud esitlusviis, petab või tõenäoliselt petab üldsust või mis toodud põhjustel kahjustab või võib kahjustada konkurenti. Eksitav reklaam on keelatud.

(2) Eksitavaks reklaamiks tunnistamisel võetakse arvesse kogu reklaam, eelkõige teave alljärgnevate asjaolude kohta:

- 1) toote koostis, keskkonnaohutus, kasutamisega seonduv tervisekahjustuse risk, valmistamise viis ja aeg, vastavus otstarbele, kasutamiseviis, tootmispaik või päritolumaa või muud omadused;
- 2) toote või teenuse väärtus ja tegelik hind;
- 3) toote või teenuse eest tasumise maksetingimused, nagu müük järelmaksuga, liising, maksmine osamaksudena ja müük krediidi alusel;
- 4) toote kohaletoimetamine, vahetamine, tagastamine, remont ja hooldus;
- 5) toote või teenuse garantiitingimused;
- 6) tootja või teenuse osutaja isik, tema tegevusala ja kvalifikatsioon, samuti tema toote või teenusega seotud intellektuaalse omandi õigused;
- 7) toote või teenuse ametlik tunnustus või heakskiit, medalite, auhindade või diplomitega autasustamine;
- 8) toote või teenuse nime all avalike või heategevate ürituste toetamise ulatus.

(3) Reklaamis on keelatud kasutada teaduslike või muude uuringute tulemusi, tsitaate teaduslikest ja tehnilistest väljaannetest, samuti statistilisi või teaduslikke andmeid

sellisel viisil, mis eksitavad üldsust reklaami eseme suhtes. Reklaam ei tohi jätta muljet, et esitatavatel teadetel on teaduslik alus, kui see tegelikult puudub.

[Lõige 3¹ jõustub 1. 01. 2006]

(3¹) Reklaamis on keelatud kasutada riiklikke ja riigiasutuste sümboleid ning Eesti lipu värvikombinatsiooni sellisel viisil, mis eksitavad üldsust reklaami eseme suhtes. Reklaam ei tohi jätta muljet, et esitatav teade sisaldab riigi soovitusi või garantiid, kui see tegelikult puudub.

(4) [Kehtetu – RT I 2001, 23, 127 – jõust. 1. 05. 2001]

[RT I 2005, 20, 126 - jõust. 1. 01. 2006]

§4¹. Võrdlev reklaam

(1) Võrdlev on reklaam, milles otseselt või kaudselt osutatakse samal kaubaturul tegutsevale konkurendile või konkurendi poolt pakutavale tootele või teenusele, mis täidab samu vajadusi või on ette nähtud samaks otstarbeks kui reklaamitav toode või teenus.

(2) Võrdlev reklaam peab võrdluse osas põhinema võrreldavate toodete või teenuste ühel või mitmel asjakohasel, olulisel ja tõestataval tunnusel, milleks võib olla ka hind.

(3) Võrdlev reklaam ei tohi võrdluse osas:

1) põhjustada võrreldavate konkurentide või nende kaubamärkide, ärinimede, toodete või teenuste või nende oluliste tunnuste või müügitingimuste segiajamist või tõenäolist segiajamist;

2) olla halvustav või laimav konkurendi kaubamärgi, ärinime, toodete või teenuste või nende tunnuste või müügitingimuste suhtes;

3) põhineda konkurendi kaubamärgi, ärinime või muude eristatavate tunnuste maine või võrreldavate toodete päritolu enda huvides ärakasutamisel;

4) põhineda geograafilise tähise kaitse seaduse (RT I 1999, 102, 907; 2000, 40, 252) tähenduses erineva geograafilise tähisega märgistatud toodete või teenuste võrdlemisel;

5) esitada toodet või teenust kaitstud kaubamärgiga tähistatud toote või teenuse mis tahes koopia või jäljendamisena.

(4) Reklaamis sisalduv toote või teenuse tavapärasest erinevale pakkumisele viitav võrdlus peab sisaldama selget ja ühest teavet sellise pakkumise lõppkuupäeva või selle seotuse kohta pakutava toote lõppemisega, samuti teenuse kättesaadavusega ning pakkumise muude eritingimuste kohta. Kui reklaami avalikustamisel tavapärasest erinev pakkumine ei ole veel alanud, peab reklaamis sisalduma ka sellise pakkumise alguskuupäev.

[RT I 2001, 23, 127 – jõust. 1. 05. 2001]

§5. Kõlvatu reklaam

(1) Kõlvatu on reklaam, mis on vastuolus heade kommete ja tavadega või mis kutsub üles käituma seadusvastaselt või rikkuma üldisi moraalinorme või mis sisaldab sellist tegevust. Kõlvatu reklaam on keelatud.

(2) Kõlvatuks loetakse reklaami eelkõige juhul, kui reklaam:

- 1) esitab, kutsub üles või toetab diskrimineerimist rahvuse, rassi, nahavärvuse, soo, ea, keele, päritolu, usutunnistuse, poliitiliste või muude veendumuste tõttu, samuti varalise või sotsiaalse seisundi või muude asjaolude tõttu;
- 2) kutsub üles vägivaldsele käitumisele või õhutab vägivalla kasutamist eesmärgi saavutamiseks või eesmärgi saavutamise viisi valikul;
- 3) alavääristab õiguskuulekat käitumist või õigustab otseselt või kaudselt õiguserikkumist kui eesmärgi saavutamise vahendit;
- 4) tugineb inimeste ebausul, hirmul või kaastundel;
- 5) sisaldab otsest visuaalset või sõnalist väljendust seksuaalakti, sobimatu alastuse või antisotsiaalse seksuaalkäitumise kohta või

6) esitab valeteateid teise isiku või tema toodete või teenuste või muude asjaolude kohta.

§6. Halvustav reklaam

(1) Halvustavaks reklaamiks loetakse reklaami, mis otseselt või kaudselt alavääristab või mõnel muul viisil halvustab mõnda isikut, tegevust, tegevusala, toodet, teenust, äritegevust või muud reklaamis avaldatut.

(2) Halvustav reklaam on keelatud.

§7. Eraelu ja omandi kaitse

(1) Reklaami tootja ei tohi reklaamis ilma isiku nõusolekuta kasutada pildimaterjali või nimelist viidet ühegi füüsilise isiku kohta.

(2) Ilma omaniku loata ei tohi reklaamis kasutada tema omandit või viidata sellele viisil, mis jätab üldsusele mulje omaniku sellekohasest soovist.

(3) Reklaami tootja peab reklaami tootmisel järgima autoriõiguse seaduse (RT 1992, 49, 615; RT I 1996, 49, 953) sätteid.

(4) Eesti Panga poolt käibele lastud pangatähtede ja müntide kujunduse kasutamine reklaamis on lubatud ainult Eesti Panga eelneval nõusolekul.

[RT I 1999, 27, 388 – jõust. 27. 03. 1999]

§8. Varjatud reklaam

(1) Varjatud reklaamiks loetakse reklaami, mis, olenemata avalikustamise viisist või vahendist, ei ole üldsuse tavalise tähelepanu juures selgelt eristatav ja grupeeritud muust samal ajal ja samal reklaamikandjal avalikustatavast teabest.

(2) Varjatud reklaam on keelatud.

§9. Lastele suunatud reklaam

(1) Reklaamis ei tohi ära kasutada laste loomulikku kergeusklikkust ja kogemuste puudust.

(2) Reklaami suhtes, mis on suunatud peamiselt lastele, tuleb järgida täiendavalt järgmisi nõudeid:

- 1) reklaam ei tohi sisaldada teavet, et mõne toote omandamine või teenuse kasutamine või mõne muu reklaamieesmärgi saavutamine muudab lapse teistest samaealistest paremaks või et selle puudumisel on vastupidine mõju;
- 2) reklaam ei tohi sisaldada üleskutset lastele selliseks käitumiseks või teoks, mille tulemusena nad satuvad või võivad sattuda ohtlikku olukorda;
- 3) reklaam ei tohi sisaldada pöördumist laste poole, millega neid otseselt kutsutakse üles nõudma teistelt isikutelt neile reklaami objektiks oleva kauba või teenuse omandamist;
- 4) reklaam ei tohi tekitada lastes alaväärsustunnet või õhutada neid agressiivsele käitumisele.

(3) Lastele suunatud reklaami tootmisel või nende kasutamisel reklaamis tuleb arvestada nende eest tuleneva kehalise ja vaimse eripäraga.

3. peatükk

REKLAAMI PIIRANGUD JA ERITINGIMUSED

§10. Tubakatoote reklaam

(1) Tubakatoote reklaam on keelatud.

(2) Tubakatooted käesoleva seaduse mõistes on tubakatooted tubakaaktsiisi seaduse (RT I 1994, 54, 901; 93, 1572; 1996, 87, 1543) tähenduses.

§11. Alkohoolse joogi reklaam

(1) Alkohoolse joogina käsitletakse käesolevas seaduses piiritust või alkohoolset jooki alkoholiaktsiisi seaduse (RT I 1995, 87, 1539; 1996, 45, 852; 87, 1544; 1997, 35, 540) tähenduses.

(2) Alkohoolne jook, milles alkoholisisaldus on üle 22 mahuprotsendi, on käesoleva seaduse tähenduses kange alkohoolne jook. Alkohoolne jook, mille alkoholisisaldus jääb 3 ja 22 mahuprotsendi vahele, on käesoleva seaduse tähenduses lahja alkohoolne jook.

(3) Keelatud on alkohoolse joogi reklaam, mis propageerib alkohoolse joogi kasutamise alustamist või mis sisaldab otsest üleskutset selliste toodete ostmiseks või tarbimiseks või on suunatud peamiselt alla 21 aasta vanustele isikutele (edaspidi - lapsed või noored).

(4) Alkohoolse joogi reklaami piirangud ei laiene:

- 1) füüsilisest isikust ettevõtja, äriühingu või välismaa äriühingu filiaali ärinime avalikustamisele, kui avalikustatud teade ei sisalda muud teavet;
- 2) tähistusele, mida kasutatakse alkohoolse joogi tootmise, ladustamise või levitamise tegeleva füüsilisest isikust ettevõtja, äriühingu või välismaa äriühingu filiaali asukoha tähistamiseks.

§12. Kange alkohoolse joogi reklaam

(1) Kange alkohoolse joogi reklaam on keelatud:

- 1) televisioonis või raadios kella 7-st kuni kella 21-ni;
- 2) videokasseti, videomängu, laserplaadi või mõne muu tehnilise vahendi vahendusel;
- 3) ajalehe või ajakirja esi- või tagaküljel;
- 4) trükiväljaandes, mis on suunatud peamiselt lastele või noortele, või trükise leheküljel, kus avaldatakse peamiselt lastele või noortele suunatud teavet;
- 5) kino-, muuseumi-, teatri- või kontserdihoones, välja arvatud nendes asuvas alkohoolse joogi müügikohas või alkohoolse joogi tarbimiseks ettenähtud kohas;
- 6) lasteaia, kooli või mõne teise haridusasutuse, laste- või noortekeskuse hoones, hoonel või nende vahetus läheduses;
- 7) staadionil, statsionaarsel spordiareenil või võimlas või mõnes teises sportimiseks ettenähtud ruumis või rajatisel;
- 8) välireklaamina, välja arvatud hoonel, milles asub kange alkohoolse joogi müügikoht;
- 9) haigla või mõne teise tervishoiuasutuse hoones, hoonel või selle territooriumil;
- 10) ühistranspordivahendi või takso sees ja väliskülgedel.

(2) Kange alkohoolse joogi reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) riigi või kohaliku omavalitsuse sümboleid;
- 2) viiteid või pildimaterjali filmi-, televisiooni-, popmuusika-, meelelahutus-, spordi- või teiste avaliku elu tegelaste kohta või joonis- või nukufilmide tegelaste kujutisi;
- 3) informatsiooni, sündmusi või tegevust, mis võiks jätta mulje, et kange alkohoolse joogi tarbimine on tähtis mõnel elualal heade tulemuste saavutamiseks.

(3) Keelatud on kange alkohoolse joogi reklaamina käsitletavad järgmised müügiedendusmeetodid :

- 1) avalik esitus väljaspool alkohoolse joogi müügikohta;
- 2) kange alkohoolse joogiga seotud eseme või trükise müük või tasuta jagamine lastele või noortele.

§13. Lahja alkohoolse joogi reklaam

(1) Lahja alkohoolse joogi reklaam on keelatud:

- 1) televisioonis või raadios kella 7-st kuni kella 20-ni;
- 2) lasteaia, kooli või mõne teise haridusasutuse, laste- või noortekeskuse hoones, hoonel või nende vahetus läheduses;
- 3) staadionil ja statsionaarsel spordiareenil, võimlas või mõnes teises sportimiseks ettenähtud hoones, hoonel või rajatisel;
- 4) haigla või mõne teise tervishoiuasutuse hoones, hoonel või nende territooriumil;
- 5) trükiväljaandes, mis on suunatud peamiselt lastele või noortele või trükise leheküljel, kus avaldatakse peamiselt lastele või noortele suunatud teavet;
- 6) kino-, muuseumi-, teatri- või kontserdihoones, välja arvatud nendes asuvas alkohoolse joogi müügikohas.

(2) Lahja alkohoolse joogi reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) viiteid või pildimaterjali filmi-, televisiooni-, popmuusika-, meelelahutus-, spordi- või teiste avaliku elu tegelaste kohta või joonis- või nukufilmide tegelaste kujutisi;
- 2) informatsiooni, sündmusi või tegevust, mis võiks jätta mulje, et alkohoolse joogi tarbimine on tähtis mõnel elualal heade tulemuste saavutamiseks.

(3) Keelatud on lahja alkohoolse joogi reklaamina käsitletav lahja alkohoolse joogiga seotud eseme või trükise müük või tasuta jagamine lastele või noortele.

(4) Kohalikul omavalitsusel on õigus määratleda piirkond, mida loetakse käesoleva paragrahvi lõike 1 punktides 2-4 nimetatud rajatiste lähedal asuvaks.

§14. Ravimireklaam

Nõuded ravimireklaamile ja vastutus ravimireklaaminõuete rikkumisest sätestatakse ravimiseaduses (RT I 2005, 2, 4).

[RT I 2005, 2, 4 – jõust. 1. 03. 2005]

§14¹. Tervishoiuteenuse reklaam

- (1) Tervishoiuteenuse pakkujana võivad end reklaamida ainult tervishoiuteenuste korraldamise seadusega kooskõlas tegutsevad tervishoiuteenuste osutajad.
- (2) Tervishoiuteenuse reklaamis võivad sisalduda ainult tervishoiuteenuse osutaja nimi, tööaeg, tegevuskoht, eriala, tervishoiutöötajate nimed, erialad ja akadeemilised kraadid ning osutatavad tervishoiuteenused.
- (3) Tervishoiuteenuse reklaamis peab sisalduma tervishoiuteenuse pakkuja tegevusloa number.

[RT I 2001, 50, 284 – jõust. 1. 01. 2002]

§14². Meditsiiniseadme reklaam

Meditsiiniseadme reklaam esitatakse selliselt, et oleks arusaadav, et reklaamitakse meditsiiniseadet. Selline reklaam peab sisaldama üleskutset lugeda tähelepanelikult kasutusjuhendit ja vajaduse korral konsulteerida arstiga. Ainult professionaalseks kasutamiseks mõeldud meditsiiniseadme reklaam peab sisaldama sellekohast märget.

[RT I 2004, 75, 520 - jõust. 1. 12. 2004]

§15. Finantsteenuse reklaam

- (1) Finantsteenusena käesoleva seaduse mõistes käsitletakse krediitiasutuste seaduse (RT I 1995, 4, 36) § 5 lõike 1 punktides 1-12 nimetatud teenuseid.
- (2) Finantsteenuse reklaam peab olema arusaadav, üheselt mõistetav ning tagama selge ja kerge arusaamise pakutava teenuse kõikidest tingimustest, eelkõige tegelikust intressimäärast, kõikidest teistest teenusega seotud kuludest ning maksetingimustest.
- (3) Finantsteenuse reklaam ei tohi sisaldada konkureerivate teenuste otsest või kaudset võrdlust, milles kasutatakse teavet, mida ei saa otseselt ja kergesti võrrelda.
- (4) Igas reklaamis või avalikkusele kättesaadavas pakkumises, millega keegi teavitab oma valmisolekust tarbijakrediidi andmiseks või selliste lepingute vahendamiseks

ning mis sisaldab andmeid intressimäära või muude krediidikulude suuruse kohta, tuleb ära näidata, vajaduse korral vastavate näidete lisamisega, krediidi kulukuse määr.

[RT I 2002, 53, 336 - jõust. 1. 07. 2002]

§16. Mürgise, tuleohtliku ja muul viisil ohtliku toote reklaam

(1) Mürgise, tuleohtliku või muul viisil ohtliku toote reklaam peab sisaldama otsest viidet niisuguse toote ohtlikele omadustele ja tingimustele, mil need ohtlikud omadused võivad ilmned, samuti vajalikele ohutusabinõudele sellise toote kasutamisel.

(2) Keelatud on toodet ohutuna reklaamida, kui toote kasutamine on selle ohtlikkuse tõttu õigusaktidega kitsendatud.

§16¹. Biotsiidi reklaam

(1) Biotsiidi reklaamile tuleb lisada laused: «Biotsiidi kasutada ohutult! Enne kasutamist alati lisatud teave läbi lugeda!»

(2) Käesoleva paragrahvi lõikes 1 sätestatud laused peavad olema ülejäänud reklaamist selgesti eristatavad.

(3) Reklaamis võib mõiste «biotsiid» asendada reklaamitava tooteliigi nimetusega.

(4) Biotsiidi reklaamis on keelatud esitadatoodeviisil, mis võib olla eksitavsellemõju suhtes inimestele või keskkonnale.

(5) Biotsiidi reklaamis ei tohi kasutada väljendeid «madalariskiastmega biotsiid», «mittetoksiline», «tervisele ohutu» või muid samalaadseid väljendeid.

[RT I 2004, 45, 315 – jõust. 27. 05. 2004]

§17. Narkootilise ja psühhotroopse aine reklaam

Narkootilise või psühhotroopse aine reklaam on keelatud.

§18. Relva ja laskemoona reklaam

(1) Relva või laskemoona reklaam on keelatud, välja arvatud müügikohas, erialasel näitusel, messil või erialases trükises.

(2) Relva või laskemoona reklaam peab olema arusaadav, üheselt mõistetav ning tagama relva või laskemoona eristatavuse teisest samaliigilisest tootest. Relva või laskemoona reklaam ei tohi sisaldada raskesti mõistetavaid erialaseid väljendeid või tootja arvamusi või hinnanguid toote omaduste kohta.

(3) Relva või laskemoona reklaam ei tohi sisaldada:

- 1) otsest üleskutset relvade või laskemoona ostmiseks või kasutamiseks;
- 2) vägivalda elemente või relvade või laskemoona kasutamise ülistamist.

§19. Hasartmängu reklaam

(1) Hasartmängu ja mängukohtade reklaam on keelatud, välja arvatud hasartmängu korraldamise kohas.

(2) Hasartmängu reklaam peab olema arusaadav ja üheselt mõistetav. Hasartmängu reklaam ei tohi sisaldada otsest üleskutset osaleda hasartmängus.

§20. Prostitutsiooni reklaam

Prostitutsiooni reklaam on keelatud.

§20¹. Toidu reklaam

(1) Toidu reklaamimisel on keelatud:

- 1) omistada toidule omadusi või toimet, mida sellel ei ole;
 - 2) omistada toidule eriomadusi, kui kõigil toidugruppi kuuluvatel toitudel on ühesugused omadused;
 - 3) viidata toidu haigusi tõkestavatele, ravivatele või leevendavatele omadustele.
- (2) Imiku piimasegu reklaam on keelatud.

[RT I 2004, 27, 177 - jõust. 1. 05. 2004]

4. peatükk

REKLAAMIALASE TEGEVUSE JÄRELEVALVE

[RT I 2002, 63, 387 - jõust. 1. 09. 2002]

§21. Reklaamialase tegevuse järelevalve

(1) Reklaamialase tegevuse järelevalvet teostavad Vabariigi Valitsuse poolt määratud asutused käesoleva seaduse ja teiste õigusaktidega sätestatud alustel, viisil ja piires.

(2) Kohalik omavalitsus teostab reklaamialase tegevuse järelevalvet oma haldusterritooriumil:

- 1) korraldataval näitusel, messil või mõnel teisel avalikul üritusel;
- 2) välisreklaami suhtes;
- 3) ühistranspordivahendi või takso sees või väliskülgedel asuva reklaami suhtes;
- 4) müügikohtades tehtava reklaami ja reklaamürituste suhtes.

§22. Reklaami reprodutseeriva koopia säilitamise kohustus

Reklaami avalik esitaja, üldsusele näitaja või üldsusele ülekandja on kohustatud säilitama reklaami reprodutseeritava koopia vähemalt 30 päeva, arvates reklaami viimasest avalikustamisest, ja esitama reklaami koopia kontrollimiseks reklaamialast järelevalvet teostavale ametnikule tema esimesel nõudmisel.

[RT I 2002, 63, 387 - jõust. 1. 09. 2002]

§23. Kohustuslik ettekirjutus käesoleva seaduse rikkumise korral

(1) Reklaamialast järelevalvet teostava asutuse juhil või tema poolt volitatud ametnikul on käesoleva seaduse rikkumise fakti tuvastamise korral õigus teha käesoleva seaduse nõuetega vastuolus oleva reklaami avalikustajale kohustuslik ettekirjutus.

(2) Käesoleva seaduse nõuetega vastuolus oleva reklaami avalikustajale tehtavas kohustuslikus ettekirjutuses tuuakse ära:

- 1) selle koostamise aeg ja koht; selle asutuse nimetus ja aadress, kelle nimel hoiatus koostatakse;
- 2) ettekirjutuse koostanud isiku ametinimetus, ees- ja perekonnanimi;
- 3) reklaami avalikustaja nimi ja aadress;
- 4) seaduserikkumise koht, aeg ja kirjeldus;
- 5) sätted, mis näevad ette vastutuse seaduserikkumise eest;
- 6) nõue peatada käesoleva seadusega vastuolus oleva reklaami avalikustamine ning vastulause esitamise ja nõude täitmise piisav tähtaeg.

5. peatükk VASTUTUS

[RT I 2002, 63, 387 - jõust. 1. 09. 2002]

§23¹. Seaduse rikkumise eest vastutavad isikud

Seadusega reklaamile kehtestatud nõuete täitmata jätmise või kehtestatud piirangutest ülestumise eest vastutavad reklaami avalikustajatena käesolevas seaduses sätestatud korras:

- 1) reklaami tellija, kui tema tellitud reklaam rikub käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõudeid või piiranguid, välja arvatud käesoleva paragrahvi punktides 2 ja

4 sätestatud juhtudel;

2) reklaami vahendaja või tootja, kui tema tegevus rikub käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõudeid või piiranguid;

3) reklaami avalik esitaja, üldsusele näitaja või üldsusele ülekandja, kui tema tegevus rikub käesoleva seadusega reklaami avalikustamisele kehtestatud piiranguid;

4) käesoleva paragrahvi punktides 1–3 nimetatud reklaami avalikustajad solidaarselt, kui nende tegevus rikub käesoleva seadusega reklaamile kehtestatud nõudeid või piiranguid ning nende eraldi vastutust ei ole võimalik tuvastada.

[RT I 2002, 63, 387 – jõust. 1. 09. 2002]

§23². Reklaami üldnõuete rikkumine

(1) Eksitava, kõlvatu, halvustava või varjatud reklaami, eraelu või omandi privaatsust rikkuva reklaami eest, samuti võrdlevale või lastele suunatud reklaamile esitatavate nõuete rikkumise eest – karistatakse rahatrahviga kuni 300 trahviühikut.

(2) Sama teo eest, kui selle on toime pannud juriidiline isik, – karistatakse rahatrahviga kuni 50 000 krooni.

[RT I 2002, 63, 387 – jõust. 1. 09. 2002]

§23³. Reklaami piirangute ja eritingimuste rikkumine

(1) Toote või teenuse reklaami avalikustamise eest, eirates kehtestatud piiranguid ja eritingimusi, samuti keelatud reklaami eest – karistatakse rahatrahviga kuni 200 trahviühikut.

(2) Sama teo eest, kui selle on toime pannud juriidiline isik, – karistatakse rahatrahviga kuni 40 000 krooni.

[RT I 2002, 63, 387 – jõust. 1. 09. 2002]

§23⁴. Menetlus

(1) Käesoleva seaduse §-des 23² ja 23³ sätestatud väärtegudele kohaldatakse karistusseadustiku (RT I 2001, 61, 364) üldosa ja väärteomenetluse seadustiku (RT I 2002, 50, 313) sätteid.

(2) Käesoleva seaduse §-des 23² ja 23³ sätestatud väärtegude kohtuväline menetleja on:

- 1) Tarbijakaitseamet;
- 2) valla- või linnavalitsus;
- 3) Ravimiamet (ravimite reklaami osas).

[RT I 2002, 63, 387 – jõust. 1. 09. 2002]

§-d 24-25. [Kehtetud - RT I 2002, 63, 387 - jõust. 1. 09. 2002]

§26 Trahvide laekumine

Kui hoiatustrahvi või rahatrahvi määranud kohtuväline menetleja on valla- või linnavalitsus, kantakse käesoleva seaduse §-des 23² ja 23³ sätestatud väärtegude eest määratud hoiatustrahv ja rahatrahv otsuse teinud kohaliku omavalitsuse eelarvesse.

[RT I 2002, 63, 387 - jõust. 1. 09. 2002]

Lisa 7. New York City linnapea valimistulemuste tabel aastal 2001

2001

General election

Total vote: 1,480,582

Boroughs	<u>Michael R. Bloomberg</u> (Republican-Independence)	<u>Mark J. Green</u> (Democratic-Working Families)	<u>Terrance M. Gray</u> (Conservative)	<u>Alan G. Hevesi</u> (Liberal-Better Schools)	<u>Julia Willebrand</u> (Green)	Kenneth B. Golding (American Dream)	<u>Kenny Kramer</u> (Libertarian)	<u>Bernhard H. Goetz</u> (Fusion)	Thomas K. Leighton (Majiruana Reform)
<u>Manhattan</u>	179,797	202,574	507	2,684	2,241	96	368	203	791
<u>The Bronx</u>	80,597	102,280	642	847	670	112	296	201	529
<u>Brooklyn</u>	189,040	217,222	844	2,124	2,456	163	338	333	680
<u>Queens</u>	210,432	163,528	1,219	1,886	1,579	81	306	253	418
<u>Staten Island</u>	84,891	23,664	365	486	209	22	100	59	145
Total	744,757	709,268	3,577	10,331	7,155	474	1,408	1,049	2,563

Lisa 8. Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend

Kohalike valimiste representatsioon päevalehtedes (New York Times ja Eesti Päevaleht) New Yorgi ja Tallinna näitel.

Valimi kriteeriumiks oli tekstide seos kohalike valimistega. Tekstides esinesid valimistega seotud isikuid ja sündmused.

1. Ajalehe ilmumise kuupäev
2. Artikli autori nimi
3. Artikli pealkiri
4. Artikli allikad. Tuvastatud väljaanne pealkirja järel või liidis
5. Artikli maht. Artikli tähemärkide arv koos tühikutega
6. Sündmuste valik ja presentatsioon. Enim kordi kajastatud teema päevalehtedes
7. Kõneisikud ehk *voicing*
 - 7.1 Kõneisiku tsiteering
 - 7.2 Kõneisiku kaudkõne
 - 7.3 Organisatsiooni hääl
8. Demagoogiavõtted
 - 8.1 *Argumentum ad hominem* (inimesest lähtuv argument)
 - 8.2 *Argumentum ad populum* (enamusele apelleerimine)
 - 8.3 Emotsionaalne mõjutamine
 - 8.4 Valetamine, tegelikkuse moonutamine
 - 8.5 Lihtsustamine
 - 8.6 Subjekti vahetamine
 - 8.7 Seoste loomine
 - 8.8 Keeleline mõjutamine
9. Teksti autori stiil ehk tonaalsus
 - 9.1 Positiivne
 - 9.2 Negatiivne
 - 9.3 Neutraalne
 - 9.4 Ambivalentne

